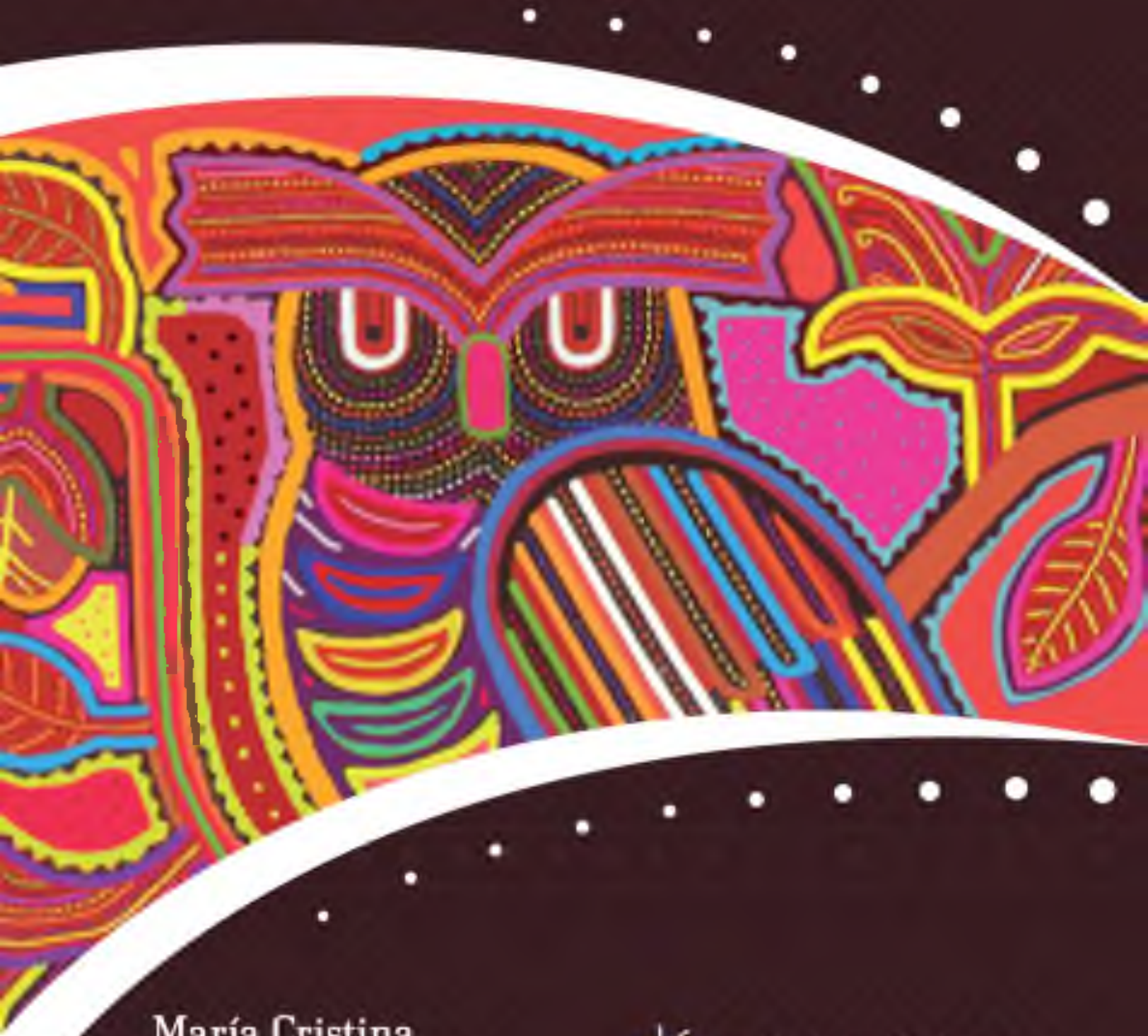
SEMIÓTICA, LA PASIÓN DEL CONOCIMIENTO

Interpretación e interacciones de la cultura



María Cristina
Asqueta Corbellini
Compilación y selección

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

SEMIÓTICA, LA PASIÓN DEL CONOCIMIENTO

Interpretación e interacciones de la cultura

Maria Cristina Asqueta Corbellini
Compilación y selección

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

2016

Presidente del Consejo de Fundadores
P. Diego Jaramillo Cuartas, cjm

Rector General Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO
Leonidas López Herrán

Vicerrector General Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO
P. Harold Castilla Devoz, cjm

Vicerrectora General Académica
Marelen Castillo Torres

Rector Sede Principal
Jefferson Enrique Arias Gómez

Directora General de Investigaciones
Amparo Vélez Ramírez

Vicerrectora Académica Sede Principal
Luz Alba Beltrán Agudelo

Director de Investigación Sede Principal
P. Carlos Germán Juliao Vargas, cjm

Decana de Facultad de Ciencias de la Comunicación
María Amparo Cadavid Bringe

Coordinadora General de Publicaciones
Rocío del Pilar Montoya Chacón

Coordinadora de Publicaciones Sede Principal
Paula Liliana Santos Vargas

Semiótica, la pasión del conocimiento: interpretación e interacciones de la cultura / María Cristina Asqueta Corbellini... (y otros 22). Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. Rectoría Sede Principal, 2016.

ISBN: 978-958-763-190-6
320 p.: il.

1.Semiótica 2.Semiología (Lingüística) -- Aspectos sociales 3.Comunicación -- Aspectos sociales i.Asqueta Corbellini, María Cristina (Compiladora) ii.Casas Herrera, Alejandro Cortés Daza, Johanna Emilce iii.Castellanos Escobar, Alexis iv.Firacative Ruiz, Raul v.Bautista Cabrera, Álvaro vi.Vargas Rubio, Andrés Alejandro vii.Rodríguez Vinasco, Aylin Stefany viii.Mora García, Diana Carolina ix.Suárez Puerta, Bianca Liliana x.Díaz Ros, César Augusto xi.Muñoz Dagna, Clarena xii.Zuluaga Díaz, Claudia Patricia xiii.Abud Hoyos, Farid xiv.Castrillón Dordoñez, Juan Diego xv.Ospina Raigosa, Luis Eduardo xvi.Suárez Rodríguez, Luz Ángela xvii.Botero, Mary Luz xvii.Agudelo Rendón, Pedro xviii.Saavedra Flórez, Tatiana xix.Nieto Lazcarro, Andrea xx.Quijano Ordaz, Jesús Lonardo xxi.Alvarado Gómez, Eduard Perney xxii. Rojas Gamboa, Yuly Andrea.

CDD: 401.43 S358BRGH Registro Catálogo UNIMINUTO No. 83693

Archivo descargable en MARC a través del link: http://tinyurl.com/bib83693

SEMIÓTICA, LA PASIÓN DEL CONOCIMIENTO. INTERPRETACIÓN E INTERACCIONES DE LA CULTURA

Compiladora
María Cristina Asqueta Corbellini

Autores
Luis Eduardo Ospina Raigosa, Aylin Stefany Rodríguez Vinasco, Diana Carolina Mora García, Tatiana Saavedra Flórez, Yuly Andrea Rojas Gamboa, Farid Abud Hoyos, Clarena Muñoz Dagna, César Augusto Díaz Ros, Mary Luz Botero, Pedro Agudelo Rendón, Bianca Liliana Suárez Puerta, Johanna Emilce Cortés Daza, Alejandro Casas Herrera, María Cristina Asqueta Corbellini, Claudia Patricia Zuluaga García, Edward Alvarado Gómez, Yérica Andrea Nieto Lascarro, Jesús Leonardo Quijano Ordaz, Luz Ángela Suárez Rodríguez, Andrés Alejandro Vargas Rubio, Alexis Castellanos Escobar, Raúl Firacative-Ruiz, Álvaro Bautista-Cabrera.

Corrector de estilo
Carlos Manuel Varón Castañeda

Diseño y diagramación
Sandra Milena Rodríguez Ríos

Impreso en
Buenos & Creativos S.A.S.

Impreso en Colombia – Printed in Colombia
Primera edición: 2016
300 ejemplares

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO
Calle 81B No. 72B - 70
Bogotá, D.C, - Colombia

CONTENIDO

PRESENTACIÓN. Semiótica, en la era del conocimiento
María Cristina Asqueta Corbellini 13

PRIMERA PARTE. Semiótica del discurso 17

Los personajes de la pobreza narrados en la prensa digital
Luis Eduardo Ospina 19

Representaciones sociales y mediáticas de la política y la corrupción en Los Simpson
Aylin Stefany Rodríguez Vinasco, Diana Carolina Mora García 45

Dioselina Tibaná y la "cocina política"
Tatiana Saavedra Flórez 63

La construcción discursiva de la competencia de sí como profesor universitario de lengua española
Yuly Andrea Rojas Gamboa 75

"¡Vuélese ya!": un caso de transgresión intencional del contrato de comunicación, engaño y manipulación discursiva
Farid Abud Hoyos 85

Discurso y tipologías textuales en época de tic
Clarena Muñoz Dagua 106

SEGUNDA PARTE. Semiótica y artes 117

La semiosis plástica: de la visión estructural a la visión cognitiva
César Augusto Díaz Roa 119

El inventario como objeto-texto productor de sentido de "la obra" de un artista. El caso de la colección del pintor colombiano Pedro Nel Gómez
Mary Luz Botero 131

La experiencia artística más allá de la educación artística: las posibilidades estéticas del pragmatismo y la semiótica peirceana
Pedro Agudelo Rendón 145

Arqueología de la semiósfera del arte tecnológico en Suramérica. La incepción del desarrollo tecnológico por medio del arte
Bianca Liliana Suárez Puerta 160

TERCERA PARTE. Semiótica y literatura 179

Homenaje a Gabriel García Márquez. Apoteosis simbólica en el Otoño del patriarca: soledad y poder
Johanna Emilce Cortés Daza, Alejandro Casas Herrera 181

CUARTA PARTE. Semiótica del cuerpo 195

Subjetividad y representación de la identidad en el contexto urbano bogotano
María Cristina Asqueta Corbellini 197

La minifalda: una filosofía de libertad
Claudia Patricia Zuluaga García 213

QUINTA PARTE. Semiótica y comunicación 227

Inclusión de las familias homoparentales en el aula: análisis semiótico
Edward Alvarado Gómez, Yésica Andrea Nieto Lascarro, Jesús Leonardo Quijano Orduz 229

Manifestaciones de la ironía en el chat
Luz Ángela Suárez Rodríguez 242

Estructuras narrativas e intertextos en la serie caballeros del zodiaco
Andrés Alejandro Vargas Rubio 254

SEXTA PARTE. Semiótica visual 265

Intersticios semióticos y escolios de los estudios de la imagen: entre la mímesis y la diégesis
Alexis Castellanos Escobar 267

SÉPTIMA PARTE. Semiótica de la cultura 281

Billete de mil pesos colombiano: análisis discursivo intertextual
Raúl Firacative-Ruiz 283

Algunos "signos" del Barroco
Álvaro Bautista-Cabrera 310

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Descripción de los artículos 27

Tabla 1.2. Estructura narrativa 29

Tabla 1.3. Acciones y personajes 33

Tabla 1.4. Matriz de análisis, técnica logicoestética 56

Tabla 1.5. Competencia del profesor que enseña la lengua española 81

Tabla 1.6. Discurso publicitario y promocional 90

Tabla 4.1. Género de los pascantes en la carrera séptima 207

Tabla 4.2. La moda en la carrera séptima 207

Tabla 4.3. Evaluación de la vestimenta 209

Tabla 6.1. Matriz de análisis 275

Tabla 7.1. Recursos semióticos en el billete de mil 289

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Piedra Rosetta (Museo Británico). Intérprete: Jean-François Champollion	17
Figura 1.1.	Modelo de competencia replanteado por Serrano (2012)	77
Figura 1.2.	Las figuras que caracterizan al profesor de lengua castellana	78
Figura 1.3.	El programa narrativo virtual ideal en la educación desde la perspectiva del profesor de lengua castellana	80
Figura 1.4.	El sistema de valores presente en la competencia del educador de lengua castellana	82
Figura 1.5.	¡Vuélese ya! y obtenga su libertad	87
Figura 2.	El matrimonio Arnolfini (Van Eyck, 1434)	117
Figura 2.1.	Anverso de una ficha de inventario	137
Figura 2.2.	Reverso de una ficha de inventario	138
Figura 2.3.	Fotografía del óleo sobre tela titulado "Leda y el cisne" (1968). Primera ficha del inventario (03010001)	139
Figura 2.4.	Acuarela sobre papel titulada "Homenaje a Ricardo Rendón"	141
Figura 2.5.	Dibujo a lápiz titulado "Rostro de anciana"	141
Figura 3.	Portada de *El otoño del patriarca* (1975)	179
Figura 4.	Coco Chanel. transformadora de la moda y la actitud femenina en el siglo xx	195
Figura 4.1.	Los jóvenes del septimazo	206
Figura 4.2.	Los aspectos espaciales, temporales y culturales significan con la vestimenta el septimazo	208
Figura 5.	La comunicación, el encuentro de las culturas	227
Figura 6.	A. Calvo Galán, poesía visual	265
Figura 7.	Cultura huichol	281

Figura 7.1. Anverso y reverso del billete de mil pesos con la figura de Jorge Eliécer Gaitán 287

Figura 7.2. Billete bajo luz ultravioleta 288

Figura 7.3. Hilo de seguridad y franja de agua 289

Figura 7.4. JEGA en la terraza del Hotel Nutibara (Medellín, 1947) 291

Figura 7.5. Detalle del anverso del billete 291

Figura 7.6. Izquierda: JEGA saluda a sus seguidores en la Plaza de Toros de la Santa María (Bogotá, 1945). Derecha: detalle del reverso del billete 292

Figura 7.7. La foto de JEGA expresivo (izquierda) difiere de la imagen del billete (derecha) 299

Figura 7.8. Obra sin título (AP2806) de José Antonio Suárez 300

Figura 7.9. Sady González dio testimonio fotográfico del desastre ocurrido el 9 de abril de 1948 301

Figura 7.10. Panorámicas de Jorge Obando 302

Figura 7.11. JEGA en Medellín como Ministro de Educación en 1940 303

Figura 7.12. *Don Quijote,* lanza en ristre 313

Figura 7.13. *El rapto de Proserpina* (Gian Lorenzo Bernini, 1621-1622) 316

Figura 7.14. *Vieja friendo huevos* (Diego de Velázquez, 1618) 318

PRESENTACIÓN

Semiótica, en la era del conocimiento

En medio de las tumultuosas reflexiones que debatieron y cuestionaron el estudio de los signos durante el siglo XX, al punto de poner en duda el corpus teórico de estos estudios, la disciplina parece haberse fortalecido para la segunda década del siglo XXI, ya que inicia con buen pronóstico la era del conocimiento. Si se trata del saber interdisciplinario —o transdisciplinario, como también se denominan las relaciones entre los diferentes campos científicos—, la semiótica aporta un método que permite abordar y comprender el contexto en cuanto una fenomenología del pensamiento, enunciada así sin temor a la tautología, y también descifrar la cultura como obra humana. Después de la centuria estructuralista, hoy materia de revisión y crítica, nuevas posibilidades de análisis llegan con los enfoques cognitivistas que dan las respuestas, antes buscadas, sobre el sentido y las dinámicas de la comprensión creativa humana.

En el ámbito de la imagen, los estudios de semiótica resultan significativos. Así, se fortalecen las perspectivas sobre la conformación de los mensajes o respecto del papel de los intérpretes en la vida social. Además, la semiótica reflexiona sobre la intersubjetividad del hombre; quizás por ello requiere compromiso, sensibilidad, punto de vista, observación rigurosa, creatividad, imaginación, fundamentación, interactividad y curiosidad. También se ha dicho que la semiótica trata de todo asunto; entonces, como contrapartida, ¿sería nada? Sin embargo, la evaluación que se ha hecho de la misma no podría negar que, ante todo, se trata de la pasión por la investigación y el conocimiento, como lo demostraron en su momento C. S. Peirce, U. Eco y R. Barthes.

A manera introductoria, en primer lugar se expresa un agradecimiento muy especial a los organizadores del V Congreso Nacional e Internacional de Semiótica, profesores Claudia Alexandra Roldán y Andrés Fernando Torres, por el encuentro realizado con el apoyo de la Universidad Autónoma de Occidente en Cali; y la colaboración de la Asociación de Estudios en Semiótica de Colombia, Asesco, en noviembre de 2014. Al proponer la reflexión en torno de *La cultura, un escenario de interacciones e interpretaciones,* los profesores abrieron un espacio a la discusión y el debate en torno a los avances de los proyectos mostrados por los investigadores, quienes provenían de diversas regiones de Colombia y el mundo. De esa manera, se dio la oportunidad de aprender y compartir el espacio con estudiosos que brindan los parámetros del pensamiento y la concepción de las temáticas y métodos característicos de la *doctrina*.

Las conferencias magistrales estuvieron a cargo de importantes figuras, quienes orientan las diversas fuentes que nutren la semiótica: Paolo Rossi, Paolo Guerri, Armando Silva, María Cristina Martínez, Neyla Pardo, Eduardo Serrano y Douglas Niño. Las mesas fueron propuestas para tratar la semiótica visual, del discurso, de las artes, de la literatura, del cuerpo, del cine, de la comunicación y de la cultura; y en el evento surgieron los documentos que componen este volumen.

Asimismo, los organizadores aportaron el marco de la cultura valluna para mayor brillo y disfrute del encuentro, el cual deja claro como las regiones contribuyen con un marco eficaz, además una actitud activa, con los avances científicos y disciplinarios.

El agradecimiento también se hace extensivo al equipo integrado por los profesores e investigadores Diana Guzmán, Andrea Etcheverri y Franz Flórez, quienes acompañados por las figuras tutelares de Neyla Pardo y Álvaro Góngora conformaron un grupo básico que ha hecho posible varios congresos y encuentros. Igualmente, y de manera muy especial, se hace un reconocimiento a UNIMINUTO, institución que permite a esta iniciativa ver la luz y que reiteradamente apoya la labor de la asociación de estudios en semiótica. Agradecemos también a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, al Programa de Comunicación Social – Periodismo y a la Dirección de Investigaciones y Publicaciones de la Facultad; y por último, a la estudiante de semillero de investigación Jessica Cruz Campos por su apoyo, así como a todos los profesores e investigadores nacionales e internacionales que prestaron su valiosa y generosa colaboración al Comité Editorial. El presente volumen da cuenta de esos esfuerzos y dedicación.

En adelante solo cabe esperar la retroalimentación de los lectores, que pueden hallar inspiración en esta iniciativa de publicar la semiótica en Colombia.

María Cristina Asqueta Corbellini
Compilación y selección

Comité Editorial. Docentes e investigadores: Betty Martínez Ojeda (UNIMINUTO), Andrea Ruiz (UNIMINUTO-Instituto Nacional de Salud), María Teresa Muñoz Pico (UNIMINUTO), Diana Paola Guzmán Méndez (Universidad Jorge Tadeo Lozano), Adriana Margarita Plazas Salamanca (Universidad Jorge Tadeo Lozano), Gonzalo Rubiano (UNIMINUTO), Catalina Campuzano (UNIMINUTO), María Isabel García (UNIMINUTO), Juana Ochoa (UNIMINUTO), Lucía Bohórquez (UNIMINUTO), Nury Mora (UNIMINUTO), Alberto Mercado (UNIMINUTO), Jeannette Plaza (UNIMINUTO), Wladimir Sánchez (Universidad Jorge Tadeo Lozano), Carlos Cantor (UNIMINUTO), Luz Ángela Ardila (UNIMINUTO), Manuel Dávila (UNIMINUTO), Alexander Acosta Quintero (Unipanamericana), Gabriel Duarte (UNIMINUTO), Aura Mora (UNIMINUTO), Martha Andrade (Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca – Redless), Fernando Gutiérrez (UNIMINUTO), Ginna Velandia (UNIMINUTO), Patricia Bustamante Marín (Universidad Sergio Arboleda – UNIMINUTO), Pablo Guerrero (UNIMINUTO), María Alexandra Rincones (UNIMINUTO), María Isabel Noreña (UNIMINUTO), Jairo Alberto Galindo (Universidad de La Salle), Laura de Torre Carballal (Instituto de Profesores Artigas, Montevideo – Uruguay), Juan Pablo Mojica (Departamento Administrativo para la Prosperidad Social), Diana Cantor Rodríguez (Universidad de Palermo, Buenos Aires-Argentina), Patricia Doria (Universidad de Palermo, Buenos Aires-Argentina), José Enrique Finol (Universidad del Zulia – Venezuela), María Consuelo Amaya Bahamón (UNIMINUTO), Carlos Andrés Pérez (Universidad Jorge Tadeo Lozano) y Victoria de la Morena (UNIMINUTO).

PRIMERA PARTE

Semiótica del discurso

[...] la escritura es un lenguaje endurecido que vive sobre sí mismo y de ningún modo está encargado de confiar a su propia duración una sucesión móvil de aproximaciones, sino que, por el contrario debe imponer en la unidad y la sombra de sus signos, la imagen de una palabra construida mucho antes de ser inventada.

(Barthes, *El grado cero de la escritura*)

Figura 1 — Piedra Rosetta (Museo Británico). Intérprete: Jean-François Champollion

Fuente: Agencia Espacial Europea. http://esamultimedia.esa.int/images/Science/rosetta_stone_50.jpg

LOS PERSONAJES DE LA POBREZA NARRADOS EN LA PRENSA DIGITAL[1]

Luis Eduardo Ospina
leospinar@unal.edu.co
Universidad Nacional de Colombia

Conceptualizaciones sobre la pobreza

Pobreza es un término que tiene muchas maneras de ser entendido y representado. Suele concebirse como un castigo divino, como el producto de la explotación del hombre por el hombre, como la razón de ser de la caridad o como un asunto natural de la vida en comunidad, entre otras (Caputo, 2010). Para esta investigación, la pobreza tiene un carácter multidimensional y estructural: es el resultado de procesos históricos de desigualdad, de concentración del poder en unos pocos y de exclusión de ciertos grupos sociales, así como de violaciones

[1] Este artículo es el resultado de un proceso de formación en investigación realizado en la Maestría en Comunicación y Medios del Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO) de la Universidad Nacional de Colombia. Fue coordinado por Neyla Graciela Pardo Abril, profesora titular de la misma institución. Se inscribe dentro de los compromisos que el autor tiene como joven investigador de Colciencias (convocatoria 645) y miembro del Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático.

sistemáticas de los Derechos Humanos tanto a individuos concretos como a poblaciones enteras. La falta de oportunidades y la imposibilidad de acceder a recursos políticos y simbólicos, características del tipo de sociedad que tenemos, hacen que ciertos grupos sociales se vean en esta situación.

Esta es una perspectiva fundamentada en la propuesta del filósofo y economista Amartya Sen (1992), quien plantea abordar el problema de la pobreza desde las capacidades básicas del individuo en su relación con lo colectivo,

> [...] es decir, la posibilidad de una persona de ser y hacer en tanto miembro de una sociedad; y esas capacidades desde luego son, libertades fundamentales de las que una persona debe gozar para realizar el proyecto de vida que más valora. (Bula, 2002, p. 43).

La pobreza aquí no se define en términos estrictamente económicos; se la vincula estrechamente, además, a las posibilidades de realización de los sujetos sociales sobre la base del proyecto que la persona valore para su experiencia vital. Así, la vulnerabilidad propia de la pobreza se comprende como la disminución de las capacidades y la negación de derechos esenciales que en una sociedad democrática son titulares a todos los ciudadanos. Salud, educación y comunicación fiable, entre otras, son bienes simbólicos que vinculados con recursos físicos como el acceso a alimentos, servicios de agua potable, vivienda y tierra conforman un conjunto de titularidades que potencian las capacidades de ser y hacer de las personas.

Para adquirir una visión contemporánea sobre el asunto de la pobreza es importante tener presentes las facultades propias de las sociedades y de los sujetos. Desde esta perspectiva adquiere importancia la noción de capacidades, la cual está orientada hacia las cosas que tienen importancia en la vida de las personas, tales como la calidad de vida y el bienestar. Por tanto, la concepción de pobreza no se reduce a la ausencia de recursos materiales; por lo contrario, se despliega hacia el desarrollo de las capacidades y de los derechos de parte de las personas.

> El bienestar consiste precisamente en el desarrollo de las capacidades, de manera que en la medida que aumentan, los individuos tienen la libertad para elegir, así como el ámbito de opciones que poseen, también se incrementa su bienestar (...) El concepto de capacidades [entonces] se relaciona con la noción de libertad que va más allá de su acepción meramente jurídica. La libertad de las personas para decidirse sobre un determinado conjunto de posibilidades de ser y de hacer para integrarse socialmente y desarrollarse depende, en primera instancia, de las dotaciones iniciales, tanto mercantiles como no mercantiles con las que cuentan, a su vez, de una determinada forma de organización política, económica y social que garantice las condiciones necesarias para el desarrollo de las capacidades y para el efectivo ejercicio de los derechos. (Pardo, 2008, pp. 50-51).

En este panorama, la condición de pobreza está dada por el acceso a recursos simbólicos y materiales necesarios para llevar una vida con dignidad, que desarrolle las potencialidades propias en el marco de una decisión libre. Estos recursos no son iguales en todas las sociedades; en lugar de ello, están definidos de maneras individual, colectiva y cultural y se relacionan con categorías como el género, la etnia, la edad y la ubicación geográfica. Tales categorías deben tenerse en cuenta al analizar cómo se narra la pobreza en la prensa digital, por cuanto definen un modelo de sujeto social narrado que es referenciado como *pobre*.

La narración periodística como manera de abordar la pobreza

Según estudios recientes (Kitzberger & Pérez, 2008), en América Latina menos del uno por ciento de las notas publicadas en la prensa escrita (impresa y virtual) trata sobre la pobreza. La presencia mediática de la pobreza se explica por el acontecer de hechos como desastres naturales y crisis sociales, o por la participación de actores o entidades que la invocan como problema. Estos eventos noticiosos, producidos en forma

más o menos rutinaria por determinados actores, ponen en circulación discursos que tematizan, interpretan o interpelan la problemática de la pobreza.

En el portal web del diario *El Tiempo* (http://www.eltiempo.com), las piezas que tematizan la pobreza entre enero y marzo de 2014 se caracterizan por ser noticias cortas, cuya extensión no supera quinientas palabras. En su gran mayoría, son informaciones que apelan a cifras y estadísticas oficiales para dar cuenta del fenómeno en términos numéricos, y carecen de recursos gráficos como imágenes e infografías. Tal como lo proponen otros estudios: "En la agenda mediática a los pobres se les reserva el mismo lugar que en la sociedad: quedan al margen, excluidos de las primicias, en su mayoría sin imágenes que los narren" (Kitzberger & Pérez, 2008, p. 7). Todo esto refleja que el problema de la pobreza en la prensa digital ocupa un lugar periférico y es abordado desde la brevedad.

Unas pocas piezas informativas proponen un asunto divergente del ya expuesto, dado que tocan la problemática de la pobreza desde el acercamiento a un personaje, utilizando las potencialidades propias de relato para narrar una historia. Para efectos de esta investigación se seleccionaron los tres artículos periodísticos del portal *www.eltiempo.com* que entre los meses de enero y marzo de 2014 se refirieron al fenómeno de la pobreza con un estilo narrativo, entendido así:

> Un texto periodístico que cuenta una historia, donde el tiempo se utiliza como manera de conducir el relato, los personajes tienen una identidad y cobran relieve por sus acciones, el espacio es un ambiente detallado que funciona como marco para los hechos y se describen escenas que dinamizan la narración. (Nieto, 2007, p. XVIII).

Una narración —utilizada con frecuencia en el periodismo colombiano— es un discurso que relata la historia de uno o más personajes humanos (que puede ser un grupo o un colectivo) que están

inmersos en un conflicto o una situación de desequilibrio. La crónica y el reportaje son géneros que tienen una tradición consolidada, la cual se expresa en la variedad de materiales publicados que acogen esos parámetros narrativos para hacer periodismo. Escritos como *El Chocó que Colombia desconoce* (Gabriel García Márquez, 1954), *Colombia Amarga* (Germán Castro Caycedo, 1982), *Los muertos fuimos cinco* (Juan José Hoyos, 1994) y *Los escogidos* (Patricia Nieto, 2012), entre muchos otros, permiten afirmar que el estilo al que se hace mención está posicionado en el mundo periodístico y editorial del país.

Serrano (2005) sugiere que la utilización del estilo narrativo en los medios es una estrategia para mantener el nivel de audiencia. Sin duda, las dinámicas de publicación de géneros narrativos en la prensa están sujetas a lógicas económicas y de mercado; sin embargo, esta perspectiva es acogida parcialmente en este artículo porque el estilo mencionado también opera en el marco de lógicas culturales, tales como la tradición oral y la búsqueda por conectar con otros grupos sociales populares.

> El cambio de lenguaje periodístico no remite y se agota en la trampa con que atrapar al público sino que responde a su vez a una búsqueda de conexión con los otros lenguajes que circulan marginados en la sociedad (...) plantea entonces la cuestión de las huellas, de las marcas en el discurso de la prensa de otra matriz cultural, simbólico-dramática, sobre la que se moldean no pocas de las prácticas y las formas de la cultura popular. Una matriz que no opera por conceptos y generalizaciones sino por imágenes y situaciones (...) solo arriesgando se podía descubrir la relación *cultural* que hay entre la estética melodramática y los dispositivos de supervivencia y de revancha de la matriz que irriga a las culturas populares. Una estética melodramática que se atreve a violar la repartición racionalista entre temáticas *serias* y las que carecen de valor a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la "objetividad" observando las situaciones de ese otro lado que interpela la subjetividad de los lectores. (Martín-Barbero, 1998, pp. 244-245).

La presencia de procedimientos narrativos en el periodismo colombiano no viene dada por una única causa; más bien obedece a un conjunto de factores de orden social, económico y cultural que están anclados a la evolución del periodismo, así como a las dinámicas de producción y consumo de los contenidos mediáticos; su existencia es una realidad que demanda análisis cada vez más sofisticados que dimensionen sus implicaciones. En este sentido, la teoría sobre narratología aplicada al periodismo narrativo (Serrano, 2005) propone cuatro funciones que la narración puede cumplir en los textos informativos de los medios impresos y digitales:

- **Función explicativa.** Narrar una historia supone un conjunto de hechos y acciones descritos en cierto orden temporal, lo que propicia un efecto de contigüidad causal entre lo que sucede antes y después. Así, "el conflicto principal que se relata parece explicarse dentro de esa contigüidad: lo que ha sucedido antes es interpretado como la causa de la situación de desequilibrio y esta última como la causa de lo que el personaje hace para resolverla" (Serrano, 2005, p. 130).

- **Función de atracción.** Los interlocutores que participan en un acto comunicativo tienden a preferir las historias y narraciones a los textos informativos o descriptivos (Hoyos, 2007). En las narraciones, la figura del personaje cumple un papel determinante dado que permite cierto tipo de identificación. Ese rasgo demanda de parte del lector un interés por la historia.

- **Función argumentativa.** Medios de comunicación y periodistas actúan bajo la lógica de la veracidad informativa. Es decir, uno de sus recursos más valiosos radica en que sus lectores confían en la fiabilidad del mensaje que ofrecen. En este sentido, el interés por una trama narrativa puede ser garantía de convencimiento.

- **Función socializadora.** Jamet y Jannet (1999) (como se citó en Serrano, 2005, p. 130), plantean que los lectores de

> las narraciones periodísticas se identifican con las historias que se cuentan. Según estos autores, el hecho de saber que otras personas –representadas por un personaje diseñado–, viven situaciones cotidianas y cercanas a las propias, refuerza el sentido de pertenencia a una comunidad y despierta sentimientos de solidaridad y simpatía con ellos. Uno de los grandes poderes de las narraciones radica en su capacidad de estabilizar valores comportamentales. Como recurso textual, la narrativización tiene el propósito de centrar la atensión discursiva en los detalles de los acontecimientos para darles un talante excepcional.

Mediante las narraciones, los periodistas resaltan ciertas prácticas comportamentales que en el orden del relato se ven positivas. Como se verá en el análisis, las piezas periodísticas refuerzan comportamientos como las cualidades innatas y el respeto por el orden natural (narración 1), el asistencialismo desde la sociedad civil (narración 2) y la negociación con el Estado (narración 3) como maneras de confrontar la pobreza. Esta posibilidad de la narración le permite influir en los sistemas axiológicos que definen a una sociedad. Las narraciones son poderosos discursos para poner a circular modelos de conducta respecto a temas tan centrales como las maneras de ser y de actuar frente a la pobreza.

Campos integrantes y procedimiento

Este proceso de investigación es de corte cualitativo: interpreta y analiza la forma como se referencia la pobreza en la prensa digital, en un número de piezas informativas determinado y un portal específico de la web. La propuesta es una versión posible que recupera algunas maneras de comprender la pobreza en la sociedad colombiana, mediante el análisis de materiales que circulan socialmente.

Una aproximación necesaria viene dada desde las conceptualizaciones teóricas del periodismo narrativo en Colombia (Hoyos, 2007); otro componente es la teoría narrativa (Propp, 1998; Mieke Bal, 1990;

Yeny Serrano 2004); y un tercer campo del que bebe esta investigación es el de los estudios críticos del discurso (ECD) (Pardo, 2007 & 2008). Para desarrollar el análisis se seleccionaron todos los artículos que entre enero y marzo de 2014 referenciaron la pobreza utilizando el periodismo narrativo, esto es, tres narraciones. Ninguna tiene gráficas que requieran un análisis de imagen y cabe anotar que no se tuvieron en cuenta asuntos referidos a colores, distribución del texto en la pantalla y diagramación de títulos, sumarios y cuerpo noticioso.

En concordancia con las propuestas sobre la narrativa (Betancur, 2005; Bal, 1987; Propp, 1998) el proceso empleado consistió en fragmentar cada uno de los artículos en una unidad de análisis. En este caso la unidad seleccionada fue la categoría de personaje, dada su importancia en el discurso narrativo (Lits, 2001). Los objetivos estuvieron centrados en identificar las reglas y valores reforzados en el discurso y, con ello, determinar a qué tipo de conceptualización de la pobreza se encuentran anclados.

La matriz 1 presenta de forma sucinta los tres artículos, incluyendo detalles fundamentales como el titular, el personaje y el sumario —definido como un enunciado que aporta otros datos relevantes del texto, ubicado después del titular—; la matriz 2, a su turno, incluye los componentes típicos de la narración que proponen diversos autores (Propp, 1998; Serrano, 2004; Bal, 1990); y la matriz 3, centrada en caracterizar personajes y voces, profundiza en la categoría de tarea del personaje, entendida como la acción que detona toda la narración y da sentido al argumento, y con ello ayuda a determinar qué tan agente o paciente es el personaje principal. Las matrices y los resultados del análisis se muestran en el siguiente apartado.

Análisis de las narraciones periodísticas

Con la matriz 1 es posible determinar, en una primera aproximación, algunos elementos relevantes de los artículos. Los titulares pueden

entenderse como una huella estructural que contribuye a la coherencia global del texto (Van Dijk, 1990): en todos se explicita al personaje y se propone una tarea a cumplir. Tanto los títulos como los sumarios, a su turno, tienen una función de despertar interés en los lectores, razón por la que en los tres casos se anticipa el final de la historia. En las narraciones 1 y 3 se trata de una tarea cumplida: Diomedes Díaz cumple su función de ser vocero de los menos favorecidos y los habitantes de Tierrabomba no sufragan; y en la segunda se interpela al lector para que se cumpla la tarea: a los jóvenes futbolistas les falta "un empujón" para cumplir su cometido.

Tabla 1.1 Descripción de los artículos

	Fecha	Autor	Título	Sumario	Personaje
1	23 de enero de 2014	Gustavo Adolfo Caraballo	Diomedes Díaz también le cantó a la pobreza y la desigualdad	"El 'Cacique', en sus canciones, fue vocero del abandono de algunos sectores del Caribe colombiano".	Diomedes Díaz
2	24 de enero de 2014	No tiene	Falta un empujón para que niños futbolistas viajen a Holanda	"45 jóvenes de Usme buscan apoyo para competir en el torneo After Open".	Jóvenes futbolistas Usme
3	10 de marzo de 2014	John Montaño Enviado especial de El Tiempo	Tierrabomba, la isla de Cartagena que decidió no sufragar	"La negativa tuvo como origen los incumplimientos de la administración y falta de inversión".	Habitantes de Tierrabomba

Fuente: creación propia

Al analizar esta matriz, es posible detectar que desde los primeros elementos del artículo (titular y sumario) se localiza geográficamente al personaje y la trama relacionada. Frente al asunto de la pobreza, leer a los sujetos sociales en clave de la relación ubicación entre geográfica y tipo de población es una entrada posible para cartografiar sectores y grupos poblacionales históricamente marginados. Así, se puede leer en el sumario del artículo 1 que el personaje cantaba a "sectores abandonados del Caribe Colombiano", mientras que en el 3 se propone un corregimiento de Cartagena llamado Tierrabomba, que se referencia como "la isla de Cartagena". Este lugar se propone periférico y enfrenta incumplimientos de parte del Distrito de Cartagena. En el caso de la historia número 2, son los jóvenes de Usme, un barrio periférico de Bogotá (en el cuerpo del texto se menciona que sus familias sufrieron desplazamiento), quienes viven la pobreza.

Nótese que en todos los casos se relaciona a las poblaciones con el olvido, el abandono, el desplazamiento y sobre todo, lo periférico. Si se piensa en una lectura del cuadro utilizando la categoría de etnia como entrada de análisis, es posible notar que los grupos poblacionales mencionados son caribeños afrodescendientes, guajiros y personas en situación de desplazamiento. En Colombia, son justamente esos grupos los que ocupan un lugar periférico del país y de las ciudades, lo cual indica que el problema de la pobreza pasa directamente por la discriminación étnica y exclusión geográfica. Este fenómeno hace evidente que el racismo es un telón de fondo que determina muchas variables en la vida social y habita como problema de primer orden en la sociedad colombiana.

Con estos primeros elementos que enmarcan las narraciones resulta importante ahora conocer cómo se desarrolla la historia en cada una de las piezas, para ello, en la matriz 2 se sintetizan los elementos típicos de las narraciones, parafraseando las ideas centrales de los artículos para conservar su sentido inicial y su estilo expresivo.

Tabla 1.2 Estructura narrativa

	Situación inicial	Nudo – precipitante	Situación final
1	Diomedes Díaz, llamado "el cacique de La Junta" tuvo una manera particular de interpretar éxitos que encendían cualquier parranda. Su versatilidad y creatividad nunca estuvieron en discusión. En la costa dicen que tiene una canción para cada ocasión.	Un recorrido por letras como "Mi color moreno", "Son montañero", "Señor gerente", "El mundo" y "Yo soy el indio", muestra que habla de los problemas más comunes de la sociedad, porque Diomedes siempre estuvo orgulloso de su origen humilde y sus melodías lo vuelven vocero de los menos favorecidos.	Economía, pobreza, desigualdad y discriminación también fueron inspiración para este cantante que se fue con sus secretos y polémicas a la rumba.
2	45 niños de Usme (sur de Bogotá) forman parte de la escuela de fútbol "COP Colombia". Esto es una motivación para salir de su entorno social, caracterizado por violencia intrafamiliar, abuso sexual, deserción escolar y delincuencia juvenil.	La meta de la Corporación Constructores de Paz a través de la Escuela es motivar a esos jóvenes para que tengan un mejor futuro. El anhelo de los jóvenes es viajar a Holanda para competir en el torneo After Open. Sin embargo, nueve de ellos no tienen asegurado el tiquete que les permita realizar el viaje.	La Corporación hace un llamado para apadrinar a los jóvenes que aún no tienen el tiquete de viaje. Es una situación final proyectiva, inconclusa, en la que se apela al lector para dar resolución al nudo.
3	Los habitantes de Tierrabomba, la isla del distrito de Cartagena, decidieron no sufragar por la falta de inversión en servicios de agua, infraestructura y alcantarillado. Impidieron que las autoridades electorales entraran a la isla, haciendo vigilancia en las playas toda la noche del sábado.	A las 4 de la madrugada del domingo, funcionarios de la Registraduría, escoltados por el Esmad, lograron arracar por una playa sin vigilancia. Los habitantes no permitieron instalar las urnas en el puesto de votación. Existieron enfrentamientos entre el Esmad y los pobladores, que dejaron cuatro heridos leves.	Los habitantes no permitieron que fueran armadas las mesas y a las cuatro de la tarde se acercaron a los policías que se refugiaban en la estación, estrecharon sus manos y uno de los líderes de la comunidad dijo que si el Distrito no cumplía, tampoco votarían para presidente. El periodista dice que las 4 de la tarde del 9 de marzo de 2014 fue la hora más digna de ese corregimiento.

Fuente: creación propia

Este procedimiento permite centrarse en rasgos globales de la narración. En el caso del artículo 1, el personaje que propone el periodista-narrador es un cantante con un pasado humilde, que gozó en vida (el relato se publicó un mes después de su muerte) de reconocimiento gracias a su versatilidad y creatividad para componer. Esas dos cualidades son rasgos intrínsecos que caracterizan al personaje y se transforman en las cualidades innatas del héroe (Propp, 1998), por medio de las cuales sale de su condición inicial y transita hacia la fama. Aquí, la pobreza es una condición estática de la que se sale —como lo hizo este personaje— con cualidades propias y sin necesidad de recurrir a los demás.

El nudo de la narración señalada propone al personaje como un "vocero" de los menos favorecidos. Esto le asigna una tarea en el curso de la narración, pues en la situación inicial es apenas un cantante con canciones que "encienden cualquier parranda". La situación final se ve cumplida cuando se hace el recorrido por algunas canciones que ejemplifican su tarea. Para efectos del análisis es importante no perder de vista la tarea que el narrador asigna al personaje: es una atribución que el periodista hace pensando en la dicotomía pobreza – riqueza, propia de la vida de Diomedes Díaz; le permite conectar su origen humilde con su situación posterior de fama y riqueza, en la que su función principal consiste en ser un representante de los pobres.

Según varias informaciones (Mendoza, 2001; Salcedo, 2013; Molano, 2013) Diomedes Díaz tuvo una infancia humilde. Cantando música vallenata consiguió fama y dinero, estuvo involucrado —como cantante y amigo personal— con sectores de la mafia, el narcotráfico y el paramilitarismo en Colombia y fue condenado a doce años de cárcel por cometer un homicidio, de los cuales pagó solo 32 meses, casi todos bajo la modalidad de casa por cárcel. Sin embargo, las narraciones sobre su vida son en su mayoría apologéticas, lo cual dista de muchas de sus acciones, caracterizadas por la fama, los excesos, el derroche y el dinero. En un momento de su vida, este cantante tuvo más de 20 casas lujosas y varias fincas, pero tras su fallecimiento (ocurrido el 22 de diciembre de 2013) se desconoce cuál es su patrimonio real.

Todos estos datos llevan a pensar que las narraciones construidas en torno al cantante vallenato quieren enfatizar su carácter humilde y su condición de vocero del pueblo, al tiempo que ocultan, mitigan o minimizan otras facetas. En esa misma lógica se encuadra la pieza analizada: en ella, el periodista describe al personaje de forma positiva y hace énfasis constante en su falsa condición de humildad, reforzando su historia como manera de ascenso social viable para salir de la pobreza. Esa ruta se sustenta en valores como conservar el orden establecido y aprovechar la voz —su condición "innata"—, como única posibilidad de movilidad social.

En el artículo 2 se presenta una situación inicial de pobreza que afecta a los jóvenes de Usme, "entorno social caracterizado por violencia intrafamiliar, abuso sexual, deserción escolar y delincuencia juvenil". Esta primera frase reproduce un conocimiento social donde lo periférico, lo barrial —la localidad de Usme, en este caso—, es sinónimo de caos y antivalores, situación que puede ser superada por las acciones de una corporación cuya meta es brindar otro futuro a esos jóvenes. Se representa entonces a la corporación como la salvadora de tal caos. En este caso, la tarea es una proyección a futuro y una posibilidad de realización, lo cual explica por qué se tituló el artículo con la palabra "niño" aunque en la narración se alude a jóvenes. Recuérdese en este punto que, en Occidente, los niños son considerados como el futuro de una sociedad: simbolizan el legado de las generaciones venideras y son los dueños del futuro.

El uso estereotipado de vincular el concepto de niño con la pobreza puede relacionarse con ver a los pobres como una etapa menor de desarrollo en el marco de un proceso evolutivo. Los niños son aquellas personas que aún no han logrado su completa madurez para arreglárselas en el mundo por sí mismos, con lo que la relación niño-pobreza engloba una visión que infantiliza a los pobres. Esto es un principio para el asistencialismo, esto es, para auspiciar a estas personas, pero también para tener control sobre ellas, como se hace con los niños en la cultura occidental.

En esta narración, los protagonistas se encuentran en una situación de desequilibrio producto de su entorno social y su manera de abandonar esa situación surge a través del deporte. A este respecto, Lucrecia Escudero (2013) propone que en la cultura posclásica el deportista encarna al nuevo héroe; y ese anclaje está muy arraigado socialmente. De esta manera, el anhelo de los jóvenes (cumplir su sueño deportivo), constituye un poderoso relato que se articula a idearios posicionados y estabilizados socialmente. Esto implica que el relato se vuelve transparente y no hay lugar a la crítica: se valida al joven como futuro deportista y, por tanto, como futuro héroe, validando la acción del asistencialismo como un valor positivo.

En el artículo 3, titulado "Tierrabomba, la isla de Cartagena que decidió no sufragar", la situación inicial denota un descontento generalizado por el incumplimiento del Distrito de Cartagena. Un asunto desequilibrante alude a la pobreza: la falta de servicios de agua y alcantarillado en la isla. La tarea asumida por el conjunto de los habitantes consistió en hacer que las urnas salieran vacías de la isla, es decir, que nadie sufragara, a modo de protesta; y para cumplirla vigilaron las playas. Contrario a los dos artículos anteriores, los sujetos sociales tienen un papel activo en tanto realizaron la acción mencionada.

El nudo precipitante comenzó cuando la representación del Estado (policías, Esmad y funcionarios de la Registraduría) logró ingresar a la isla utilizando la fuerza. Sin embargo, los habitantes de Tierrabomba no le permitieron ingresar al puesto de votación, con lo que se llegó a una situación final: los habitantes estrecharon las manos de los policías y advirtieron que no votarían si el Distrito de Cartagena no cumplía. El relato señala que esa fue la hora más digna del corregimiento y hace un énfasis interesante, toda vez que el punto de vista desde donde se cuenta la narración es el de los habitantes.

Este análisis de la estructura narrativa permite ahondar en algunos detalles relevantes de las historias. Definir la tarea y las acciones del personaje principal, así como las voces citadas y la función de otros personajes que aparecen, lleva a otro nivel de profundidad en el

análisis. La matriz 3 integra detalles fundamentales de las acciones y los personajes.

Tabla 1.3 Acciones y personajes

	Tarea	Acciones	Voces citadas	Personajes – tipo
1	Ser vocero de la pobreza en coherencia con su origen humilde y campesino	• Son básicamente actos de habla, en la medida que canta. • En "Mi color moreno" pide perdón por su color de piel. • En "El mundo", canta a un esquema social que es natural, está bien dirigido y por eso funciona. • En "Señor gerente" le canta a los roles en una sociedad, donde existen gerentes y artistas y eso tiene razón de ser.	"El otro día me contaron/ que me odia por el color/ Mi color moreno no destiñe/pero perdona mi equivocación". 'Señor gerente, cómo voy a hacer/ para pagarle lo que me prestó/ llegó el gusano y se comió el arroz y no me queda con qué responder/ Y el gerente me contestó/no te preocupes Rafael/ La caja te lo arregla bien/ para eso soy gerente yo". "Si en el mundo todos fueran capitalistas, oiga, quién trabajaría/ si en el mundo todos fuéramos pobrecitos, señores tampoco serviría/ por eso el mundo para ser mundo tiene que haber de todo un poquito".	"Señor gerente" – el mandatario (impone las reglas).
2	Conseguir recursos para realizar un viaje.	• El papel de los jóvenes es paciente. Ellos recibirán el beneficio. • La Corporación hace un llamado para apoyar económicamente a los jóvenes. • La Corporación auspició a los otros jóvenes.	"'Para ellos, viajar es la recompensa de todo su esfuerzo', dijo Flórez".	Funcionarios de la Corporación – dador.

	Tarea	Acciones	Voces citadas	Personajes – tipo
3	Lograr que las urnas salieran vacías el día de la votación.	• Tienen un papel activo, en la historia ellos realizan acciones determinantes. • Los habitantes montan vigilancia en las playas para impedir el ingreso a la Isla. • Las autoridades distritales irrumpen en la isla e intentan armar las mesas de votación sin éxito. • Los habitantes impiden el ingreso de las autoridades a los puestos de votación. • Los habitantes festejan, con champeta y sancocho que nadie votó y van al encuentro de los policías resguardados en la estación.	"'En mis 68 años de vida nunca había visto a mi pueblo unido como hoy', sostuvo Humberto Lamprea, [quien propuso] 'que las urnas salieran vacías'". "'Si el Distrito no nos cumple con los compromisos en las elecciones a presidente tampoco votamos', anunció Adonilson Pérez, uno de los líderes de la comunidad".	Esmad, policías y funcionarios de la Registraduría – antagonista.

Fuente: creación propia

En la historia 1, Diomedes tiene la tarea de representar como "vocero" el lugar de donde salió (la pobreza). Generalmente, el vocero lleva la voz de un grupo a la sociedad: es un modelo a seguir y, de acuerdo con los datos factuales mencionados sobre la vida de Diomedes Díaz, son más las razones para pensarlo como antimodelo social. Asignarle la vocería de los pobres es una acción política descarada, así como una decisión mediática que oculta toda una manera de lograr fama y salir de la pobreza desde esos antivalores que Díaz encarna.

El primer párrafo propone: "La voz de Diomedes Díaz está cargada de una magia particular que toca, en mayor medida el alma de quienes se declaran vallenateros". Se dota al personaje de un supuesto atributo mágico. Este recurso discursivo quiere mostrar al personaje-vocero como alguien que posee un bien innato, el cual tiene un carácter individualista que se contrapone al concepto de bienes meritorios de Amartya Sen (1992). Salud, educación y trabajo son bienes que cada sujeto debe tener por el simple hecho de formar parte de una sociedad. En el artículo se dota al personaje de un bien natural, cualidad que no es un asunto de poca monta: en el fondo, se está proponiendo una manera de entender la pobreza y cómo superarla.

Los fragmentos de la canción "Mi color moreno" refuerzan la idea de que existen cualidades inherentes a los personajes. En la canción "Señor gerente", a su turno, se presenta este mismo fenómeno, esta vez determinando un orden social basado en los roles de cada personaje, más precisamente en sus cargos sociales: "Y el gerente me contestó/ no te preocupes Rafael/ la caja te lo arregla bien/ para eso soy gerente yo". Ese discurso sugiere, entonces, que las cualidades innatas de cada sujeto determinan naturalmente los roles adquiridos. Quienes ejercen los roles de mando aquí son aquellos que tienen una posesión sobre ciertas titularidades que son negadas al resto de la población. Para Sen (1992), estas son el dominio que se posee sobre bienes y servicios; culturalmente, esta titularidad inequitativa implica niveles amplios de dominación social, lo que permite entender la jerarquía tan rígida propuesta en la canción mencionada.

En la canción "El mundo" se ve claramente esta concepción de realidad con respecto a la pobreza, observada en el siguiente fragmento: "Si en el mundo todos fueran capitalistas, oiga, quién trabajaría/ si en el mundo todos fuéramos pobrecitos, señores tampoco serviría/ por eso el mundo para ser mundo tiene que haber de todo un poquito". Se detecta una justificación al orden natural de la estructura social, esto es, una legitimación de las condiciones de desigualdad que justifica la división de ricos y pobres para que el mundo "sirva". El discurso de Diomedes Díaz

frente a la pobreza propone entonces unos individuos con cualidades innatas y roles definidos que están en un orden social legítimo, rígido y natural. Esto quiere decir que no sirve de nada cualquier apuesta de transformación, toda vez que los roles sociales ya están establecidos y quienes nacieron para gerenciar, lo hacen; quienes nacieron para cantar tienen una voz mágica para salir de su condición; y quienes nacieron en la pobreza quedan sumidos en ella. Un fragmento tomado de la misma canción, pero externo al *corpus* confirma esta inferencia:

> Ay la pobreza no es una mancha, es un destino necesario (bis)
> porque si nadie trabajara, ya el mundo se hubiera acabado (bis)
> es una cosa bastante cierta, ¿díganme ustedes qué tal sería?
> haber riqueza y no haber pobreza,
> es como si hubiera noche y no hubiera día. (Díaz, 1984).

La comparación que hace de la pobreza y la riqueza equiparadas con la noche y el día, refleja que la dupla pobreza-riqueza es un estado físico natural en el planeta, que es normal que exista y tiene un carácter inevitable. Este andamiaje discursivo se sostiene sobre el fenómeno de la naturalización que resulta muy útil a la hora de plantear como inamovibles realidades sociales de tipo como la pobreza.

> La naturalización consiste en tratar hechos sociales y culturales como si se tratara de elementos y acontecimientos biológicos, físicos o químicos. Esto implica, de una parte, un reduccionismo de lo psicosocial a lo físico-biológico y, de otra parte, generar un escenario conceptual en el que se consideran las acciones y creencias humanas como naturales. Desde allí, lo que es visto como natural se transforma en incuestionable, universal, obvio, normal e inevitable y, por lo tanto, se presenta, un estado objetivado en el mundo social. (Pardo, 2013, p. 141).

Pasando al análisis del artículo 2 ("Falta un empujón para que niños futbolistas viajen a Holanda"), los datos presentados en la tabla 1.3 evidencian que las acciones son cumplidas por personajes diferentes a los "jóvenes futbolistas". En este caso la Corporación Constructores

de Paz se ve como activa, mientras que sus funcionarios hacen un llamado a colaborar con la causa. La voz de los jóvenes no aparece en el relato: en cambio, la Corporación encarna el papel de dador. Según la teoría narrativa, todo personaje protagónico que emprende un viaje para cumplir con una tarea se encuentra con alguien que le hace posible avanzar en dicha meta.

> Hay siempre poderes que o bien le permiten alcanzar la meta, o bien se lo imposibilitan (...) se puede, por consiguiente, distinguir una clase de actores a los que llamaremos el *dador* constituida por aquellos que apoyan al sujeto en la realización de su intención. (Bal, 1990, pp. 35-36).

Se propone a la Corporación como aquella que dona atributos valiosos a los jóvenes como el amor al deporte, y con ello la posibilidad de sacarlos de su entorno y solucionar su situación de desequilibrio. El dador aquí no solo es encarnado por esa institución, sino por todo aquel que contribuya con la causa, hecho que se evidencia en el último párrafo del artículo: "Constructores de Paz hace un llamado para que quienes quieran colaborar apadrinando a uno de estos adolescentes se comuniquen al teléfono (...)". Además del propósito claro de interpelar al lector como dador que puede "dar el empujón" para cumplir la meta, se vuelve importante enfatizar en la infantilización de los personajes: apadrinar no es otra cosa que hacerse cargo de un infante que no tiene las capacidades para vivir o realizar acciones.

La manera como el texto es presentado refuerza todo el tiempo esa representación de los jóvenes de Usme: no tienen voz en el relato; están sumidos en la pobreza; tienen un dador que cumple la tarea por ellos. Su presencia es pasiva en la medida en que no realizan ninguna acción y no tienen voz; en lugar de ello, los proponen como objetos de la asistencia social y económica. En el mundo real, estos jóvenes son sujetos sociales directamente afectados por el problema de la pobreza, mientras que en el texto son solo enunciados que no tienen relieve narrativo ni voz propia. De esta manera se incumple con una de las premisas básicas del periodismo narrativo: dar profundidad y realce a los sujetos sociales que son el centro de las narraciones.

Todas las comunidades empobrecidas poseen capacidades para salir de su condición. Sin embargo, en el texto analizado no se aprovechan estas potencialidades como foco de la narración. Todo esto dice mucho de la manera como se concibe a los sujetos empobrecidos en esta pieza narrativa: detrás del asistencialismo a los jóvenes futbolistas que se presentan como agentes pasivos se esconde otro de los grandes idearios sobre la pobreza, que se fundamenta en la asistencia social. Esta última consiste en un dispositivo de ayuda para los más pobres, ya sea en efectivo o en especie (Spicker, Álvarez & Gordon, 2009, p. 45). Es una forma de victimización que, además, lleva intrínseca una relación de dominación del actor donante frente al sujeto receptor. Un proverbio africano sintetiza el problema de la caridad y la asistencia social, porque en ellas "la mano que recibe siempre está por debajo de la mano que da".

Desde la perspectiva mostrada en la tabla 1.3, el artículo 3 ("Tierrabomba, la isla de Cartagena que no quiso votar") deja entrever que son muchos los actos llevados a cabo por los habitantes de la Isla para la consecución de su meta. Las acciones concretas, como montar vigilancia en las playas para impedir el ingreso a la Isla y no permitir el ingreso de las autoridades al lugar de votación, proponen un sujeto dignificado que logra su cometido luego de pasar por momentos de tensión. Además, las voces citadas en el relato vienen dadas por los mismos habitantes y son coherentes con la tarea que se plantea.

Si se indaga por los valores que se refuerzan a partir de las acciones de los personajes y las voces citadas, es posible apreciar la forma como emerge la dignidad desde una frase del periodista: "Las 4 de la tarde del nueve de marzo de 2014, será recordada como la hora más digna en la historia del corregimiento de Tierrabomba". También, en la voz de un habitante, se puede resaltar la unidad social como elemento necesario si se quiere negociar desde una situación de desigualdad con el Estado: "En mis 68 años de vida nunca había visto a mi pueblo unido como hoy".

El otro personaje tipo que aparece inmiscuido en la historia es el antagonista, materializado en autoridades como la Registraduría, el

Esmad y la policía. El papel del antagonista es impedir que se cumpla la tarea que detona la narración. Es revelador observar la forma como, en su única aparición en el *corpus* analizado, el Estado colombiano se propone como antagonista que utiliza la violencia como manera de cumplir sus propósitos.

En esta narración se muestra una tercera manera de comprender la pobreza: en ella, los sujetos sociales tienen capacidad de negociación con el Estado y parten de potencialidades grupales, como la unidad y la dignidad, para ejercer acciones de resistencia que cuestionen las condiciones de marginalidad. A diferencia del mantenimiento de una estructura social y del individualismo que propone el texto 1 (referido a Diomedes Díaz), en este caso se propone una ruptura de las estructuras sociales y electorales, basada en la dignidad y unidad de un grupo de sujetos sociales. Esta manera de representar las situaciones de pobreza en la prensa está mucho más cercana a la conceptualización realizada al inicio del artículo, es decir, propone referentes más contemporáneos de la manera de abordar y afrontar la pobreza y a su vez de narrarla y representarla en la prensa.

Observaciones finales a modo de conclusión

En el análisis es posible entender que la pobreza pasa por recursos simbólicos desde los cuales se cimientan y representan las comunidades empobrecidas. En el caso del texto 1 ("Diomedes Díaz también le cantó a la pobreza y la desigualdad"), las habilidades innatas de los sujetos hacen que tengan ciertos roles sociales y persigan un éxito individual en el marco de un orden natural. Este es un recurso que apela al individualismo como manera de existir en un mundo naturalmente ordenado.

En el texto 2 ("Falta un empujón para que niños futbolistas viajen a Holanda"), el recurso propuesto se basa en la caridad de los otros, esto es, la asistencia social como recurso para salir de la pobreza, partiendo de que toda sociedad tiene un sentimiento de obligación moral frente a

los sujetos empobrecidos. Esta postura no se apoya en valores solidarios, sino en la relación de jerarquía que se establece entre quienes donan y quienes reciben, matizada por la obligación moral en la que se soporta.

En el texto 3 ("Tierrabomba, la isla de Cartagena que decidió no sufragar"), el recurso simbólico es el poder de negociación frente al establecimiento. Al no sufragar por los incumplimientos del Estado colombiano, se está enviando un mensaje claro al establecimiento político que pierde legitimidad al no ser "re-pactado" desde el sistema electoral. No sufragar significa no legitimar el esquema político que está incumpliendo a los habitantes de la Isla respecto a la infraestructura y la falta de inversión en la misma. Se trata de un mecanismo valioso de negociación en donde, de acuerdo con Spiker (2009), es posible influir frente a la toma de decisiones políticas que tienen incidencia sobre sus vidas. Esta manera de actuar de parte de los habitantes de Tierrabomba se fundamenta en los valores de la dignidad y la unidad que fueron expresados en la narración. Con ello, se tienen líneas de representación claramente diferenciadas frente a la forma como se representa la pobreza en la prensa digital.

La presencia o ausencia del estado constituye otra arista importante para la reflexión. En el texto 3 aparece un Estado conflictivo que pretende imponer una actividad electoral, con el ánimo de legitimar un establecimiento que la comunidad cuestiona por ser incumplido e incompetente. Es un tipo de Estado que se orienta más por el ejercicio y control del monopolio de la fuerza que por el Estado Social de Derecho, el cual garantiza unos recursos y unos derechos fundamentales para el bienestar de su población.

En el texto 2 no existe el Estado, a pesar de que es la institución llamada a garantizar el ejercicio de los derechos colectivos y las libertades individuales. El Estado es la institución social por excelencia que tiene la obligación de proveer las oportunidades suficientes para que se desarrollen las potencialidades de grupos sociales como los jóvenes; su ausencia da cuenta de la incapacidad que esta institución tiene en la nación colombiana.

En el texto 1, los deberes del Estado son asumidos por otros (con toda la gravedad que esto puede implicar). El "Señor gerente" que se plantea en una de las canciones de Díaz no es otra cosa que un representante de la sociedad civil, el cual cumple funciones de dador económico frente a los campesinos y de organizador del territorio. La ausencia de Estado en vastos sectores de la nación hace que sean otros quienes ejerzan el control y el rol propios de la institución política estatal.

En sentido estricto, los artículos analizados no encajan en el género de crónicas o reportajes. Según Hoyos (2007), el periodismo narrativo tiene componentes característicos que están ausentes en las piezas estudiadas: escenas que pongan a accionar al personaje; diálogo como recurso narrativo; detalles significativos y simbólicos; uso del tiempo como elemento constitutivo del relato; y descripciones detalladas de los escenarios, entre otros (Hoyos, 2007, pp. 28-29). En lugar de ello, las piezas analizadas son una forma híbrida de estilo narrativo que toma elementos mínimos de esta corriente, como el personaje y el desarrollo de una historia, para contar un evento informativo. Es evidente que no tienen el rigor de campo ni la fuerza estética en escritura de los reportajes y crónicas que son modelos de periodismo narrativo en Colombia.

El análisis permite inferir que los contenidos narrativos que circulan en la prensa digital no se aglomeran en un único sentido tutor para entender el problema de la pobreza. Antes bien, existe una diversidad de relatos que proponen maneras diferentes de asumirla, lo que ocasiona una constante tensión frente a los horizontes que se pretenden estabilizar. En este sentido, la prensa digital es una radiografía de los idearios sobre pobreza que circulan socialmente y que pasan por situaciones de tensión, complemento y conflicto en los diversos escenarios de la vida social.

Las maneras diversas de enfocar el problema de la pobreza y narrarlo en la prensa permiten concluir que la calidad y el rigor de los periodistas-narradores es un asunto vital respecto a la producción de

contenidos —con una mirada de vanguardia— sobre el problema de la pobreza. En la sociedad actual, los periodistas siguen teniendo un papel relevante en lo que respecta a los saberes que ponen a circular, lo que hace pensar que una comprensión más profunda del fenómeno por parte de ellos resulta determinante al querer plantear nuevos horizontes de interpretación del fenómeno de la pobreza en la sociedad.

Referencias

Bal, M. (1990). *Introducción a la narrativa.* Madrid: Cátedra.

Betancur, A. (2005). *Aproximación semiótica a la narrativa.* Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Bula, J. (2002). Amartya Sen y la medición del bienestar. En Reyes, V. (presidencia). *La medición de la pobreza y el pensamiento de Amartya Sen. Jornada académica de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Castro, G. (1982). *Colombia Amarga.* Bogotá: Carlos Valencia Editores.

Caputo, S. (2010). *El concepto de pobreza y la discursividad economicista. Un análisis de la configuración del concepto de pobreza en los informes de desarrollo del Banco Mundial.* Buenos Aires: Observatorio social.

Díaz, D., y Colacho, N. (1984). El mundo. En el álbum El mundo [CD 1993]. Bogotá: Sony Music Entertainment Colombia S. A.

Escudero, L. (2013). Espejismos, transparencias y visibilidad de la (pos) cultura de masas. En *Cátedra Abierta Jorge Eliécer Gaitán Comunicación Cultura y Poder en la era digital.* Conferencia presentada en Primera Cátedra Europea. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

García Márquez, G. (1954). El Chocó que Colombia desconoce. 4 crónicas en versión digital de Gabriel García Márquez en El Espectador. Recuperado de http://www.elespectador.com/noticias/nacional/historia-intima-de-una-manifestacion-de-400-horas-articulo-331660

Hoyos, J. (1994). Los muertos fuimos cinco. En *Sentir que es un soplo la vida* (p. 145). Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Hoyos, J. (2007). *Escribiendo historias. El arte y oficio de narrar en el periodismo*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Kitzberger, P., y Pérez, G. (2008). *Los pobres en papel. Las narrativas de la pobreza en la prensa Latinoamericana*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

Lits, M. (2001). Personne privée, personnage public. Médiatisation et éthique. *Communication, 20(2),* 9-24.

Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Mendoza, L. (2001). *Un muchacho llamado Diomedes*. Valledupar: Alcaldía de Valledupar.

Molano, F. (2013). *A propósito de la muerte de Diomedes Díaz*. Recuperado de http://prensarural.org/spip/spip.php?article12951

Nieto, P. (2007). Presentación. En Hoyos, J. *Escribiendo historias. El arte y oficio de narrar en el periodismo*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Nieto, P. (2012). *Los Escogidos*. Medellín: Sílaba.

Pardo, N. (2007). *Cómo hacer un análisis crítico de discurso*. Santiago de Chile: Frasis.

Pardo, N. (2008). *¿Qué nos dicen? ¿Qué vemos? ¿Qué es...pobreza? Análisis crítico de los medios*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura.

Propp, V. (1998). *Morfología del cuento*. Madrid: Akal.

Salcedo, A. (2013). *La eterna Parranda. Crónicas 1997-2001*. Bogotá: Aguilar.

Sen, A. (1992). Sobre conceptos y medidas de pobreza. *Revista de comercio exterior, 42(4)*.

Serrano, Y. (2005). El personaje periodístico, ¿efecto de realidad o modelo de conducta? análisis de discurso de la sección las Voces de la otra Colombia publicada por el diario El Tiempo. *Universitas Psychologica, 4(2)*, 129-141.

Spicker, P., Álvarez, S., y Gordon, D. (2009). *Pobreza, un glosario internacional*. Buenos Aires: Clacso.

Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

REPRESENTACIONES SOCIALES Y MEDIÁTICAS DE LA POLÍTICA Y LA CORRUPCIÓN EN LOS SIMPSON

Aylin Stefany Rodríguez Vinasco
asrodriguezv@uqvirtual.edu.co

Diana Carolina Mora García
demora@outlock.es
Universidad del Quindío

Introducción

La serie animada Los Simpson, que representa la cotidianidad de la sociedad estadounidense, emplea la sátira como estrategia llamativa para la audiencia. Su creador, Matt Groening, utiliza a cada uno de los personajes para comunicar la realidad que él interpreta como individuo de la sociedad real. Cada personaje tiene, entonces, una razón y un porqué ser, construido con características específicas que le permiten ser. Aunque en múltiples ocasiones se ha dicho que esta serie muestra lo peor del ser humano y está lejos de educar a quienes la consumen, no solo ha buscado entretener y posicionarse en el mercado audiovisual;

funciona en lugar de ello como un espejo de nuestra propia realidad, a la vez que critica duramente al sistema de forma cruda y sin tapujos.

A través de la sátira, la serie representa el universo político en el que están inmersas las personas, reconociendo entonces que cualquier ser humano tiene un carácter político. Entendiendo esto, se trabajó a fondo con los sistemas políticos en el entorno social de la ciudad de Springfield y la manera en que estos afectan a la comunidad, especialmente cuando hay corrupción. Esto se justificó en la medida que ayuda a entender cómo se percibe la corrupción y qué formas de la misma se representan —las cuales generan efectos en cualquier parte del mundo, habida cuenta de que este problema existe en todas las sociedades—.

¿Qué son las representaciones sociales?

Para comprender el proceso mediante el cual se manifiestan la política y la corrupción en Los Simpson es preciso abordar las generalidades de las representaciones sociales (RS), con el fin de identificarlas e interpretarlas. Para Jodelet, estas son una forma de "conocimiento socialmente elaborado y compartido, orientado hacia la práctica y que concurre a la construcción de una realidad común a un conjunto social" (Jodelet, 1989, p. 36). Es decir, las RS son el común denominador de los comportamientos de un grupo social o una sociedad que han sido previamente elaborados, compartidos, practicados y aceptados, los cuales determinan el comportamiento individual. La finalidad de crear estos códigos socialmente admitidos es crear interacción y establecer un mismo lenguaje, claro y entendido por todos los miembros de la sociedad. Para Moscovici (1963), las representaciones sociales son la elaboración de un objeto social, hechas por la comunidad con el propósito de conducirse y comunicarse.

Entendido esto, se puede asegurar que la comunicación es trascendental en las RS ya que, gracias a ella, los conocimientos, costumbres, ideas y sucesos que afectan de manera negativa o positiva a la sociedad son transmitidos de un individuo a otro, con lo que se crea identidad

entre sus miembros. Los niños pequeños son un ejemplo de este planteamiento, ya que el proceso de su aprendizaje se da por imitación: adquieren actitudes y comportamientos transmitidos por los adultos, encajando así en la sociedad a la que pertenecen; es decir, los adultos enseñan de forma indirecta o directa las RS que aprendieron.

Aunque las RS son colectivas, existe una diferencia clara entre los pensamientos social e individual. Moscovici (1981, 1989) señala las diferencias entre las representaciones sociales y las representaciones colectivas, pues considera que mientras las RS implican una construcción social del conocimiento por parte del sujeto (la representación es un proceso constructivo del conocimiento del carácter social, al originarse en las conversaciones interindividuales o intergrupales), las representaciones colectivas de Durkheim son formas de conciencia impuestas por la sociedad a los individuos (la representación es una reproducción de la idea social).

Funciones y elementos de las RS

Las RS tienen unas funciones claras y son generadas por la objetivación y el anclaje, denominados por Moscovici como procesos sociocognitivos presentes en la formación de estas, los cuales son determinantes en su contenido y estructura; estos cuentan, además, con dos elementos muy importantes: periféricos (cambiantes) y nucleares (estables).

El proceso de objetivación, que consiste en reducir las ideas extrañas a imágenes o categorías ordinarias, explica el funcionamiento y la generación de las RS para representarlo como conocido; y el proceso de anclaje consiste en convertir algo abstracto en concreto. Farr (1986) lo explica así: "Las representaciones sociales tienen una doble función: hacer que lo extraño resulte familiar y lo invisible, perceptible". La objetivación y el anclaje tienen como función, convertir las concepciones del mundo en algo familiar insertado a la realidad.

Las RS tienen cuatro funciones. La primera corresponde al saber: los individuos logran entender la realidad y hacerse una idea de esta. Los mitos y los ritos son un elemento que evidencia esta función, ya que son relatos que buscan darle explicación o sentido a la realidad. La segunda es identitaria: los miembros de una sociedad determinada generan su propia identidad frente a otras. Los aspectos que pueden marcar esta diferencia son los estereotipos, entendidos como imágenes de supuestos sobre otras personas o grupos. La tercera es la orientación, en tanto las RS marcan los comportamientos y prácticas sociales; ejemplo de esto son las ideologías. Y la cuarta, a su turno, es la justificadora: esto es, la RS pasa a la acción haciéndose notoria en las relaciones intergrupales, en las que se demuestran los imaginarios propios y ajenos mediante expresiones.

Representaciones mediáticas

Este tema se abordó desde los aportes que hace la profesora Sari Calonge Cole, (2006) quien elaboró un estudio sobre la representación de la escuela básica en la prensa venezolana. Calonge desplaza el adjetivo social y añade el mediático para dar cuenta de una nueva forma de representación de la realidad. Según Tablante (2005),

> La representación mediática designa la manera en que los medios de comunicación social transmiten ciertos contenidos de interés colectivo, contenidos que se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos. El discurso mediático explicita esa manera. (Tablante, 2005, p. 148).

Visto lo anterior, las representaciones mediáticas (RM) son entendidas como la manera en que los medios de comunicación representan la "realidad" y, de acuerdo a esto, los individuos se sienten en capacidad de interiorizar esta información. Estas representaciones son analizadas desde dos dimensiones: una pragmática, que "reúne los trazos relativos de los individuos con el medio de comunicación"; y otra cognitiva, que "reúne los trazos del orden socio-cognitivo de la

representación". (Calonge, 2006). Es decir, en la primera dimensión se analiza al individuo en relación directa con los medios de comunicación, los cuales generan en él la representación; mientras que en la segunda se analiza a la representación como tal.

Métodos de análisis de las representaciones sociales

Para hacer el análisis de una representación social se deben conocer sus tres componentes principales: contenido, estructura interna y núcleo central. Ninguna técnica permite recolectar los tres elementos al tiempo, por lo cual se utilizan técnicas diferentes en cada etapa, las cuales se explicitan a continuación.

- **Primera etapa:** recolección del contenido de la representación. Para esta fase hay dos tipos de métodos. Los primeros son interrogativos: recogen una expresión de los individuos que afecta al objeto de la representación en estudio, que puede ser verbal o figurativa. Las técnicas interrogativas son la entrevista, el cuestionario, las tablas inductoras, dibujos y soportes gráficos, y aproximación monográfica. Los segundos métodos son los asociativos: reposan en una expresión verbal que el investigador se esfuerza por hacer más espontánea y menos controlada, es decir, más auténtica. Las técnicas asociativas son la asociación libre y la carta asociativa.

- **Segunda etapa:** consta de dos elementos. Prmero, la *identificación de los lazos entre* los elementos de la representación a partir de varios métodos: la constitución de pares de palabras (similitud del sentido, implicación, contraste, entre otras); la comparación pareada; y la constitución de conjunto de los términos (agrupar, preguntar por qué y titular). Y segundo, los métodos de jerarquización de los ítems tales como los jerarquizados sucesivos, que permiten organizar los elementos y dar prioridad a cada uno, al igual que sucede con las elecciones sucesivas por bloques.

- **Tercera etapa:** los métodos de control de la centralidad, que según Abric permiten según (Abric, 2001), "identificar un cierto tipo de organización de la representación y, en algunos casos, poner en evidencia los elementos centrales" (p.68), también admiten una validación del núcleo central, y confirmar una hipótesis. Estos métodos son tres: primero, el cuestionamiento del núcleo central, que le pide al sujeto hacer una lista de elementos sobre la hipótesis para que se constituya el núcleo central, luego se le suministra nueva información al sujeto y se le pregunta si su percepción ha cambiado, al final se toman los *elementos periféricos* (los que el cuestionamiento no provoca un cambio de percepción). El segundo, denominado por Abric (2001) inducción por guion ambiguo, propone al sujeto una descripción ambigua del objeto de representación en estudio. Y el tercero, propuesto por el mismo autor, es el de los esquemas cognitivos de base, obtenidos a partir de un conjunto de pares de ítems surgidos de una asociación libre en la que se estudiará el tipo de relación que esos términos sostienen entre sí, utilizando una lista de operadores de las relaciones definida y formalizada, organizados en familias (*i.e.* esquemas cognitivos de base).

Política, democracia y mecanismos de participación ciudadana

El ser humano ha estado rodeado de términos que, desde siempre, enmarcan su existencia. Uno de ellos es la política:

> [la política] es una práctica social. La política, como se dice en términos generales, es el arte de gobernar. La política es la relación del ciudadano con el poder. La política es un poder, tiene que ver con la capacidad del hombre, de hacer poder a nivel estatal. (Granados, 2013, entrevista personal).

De acuerdo a esto se puede entender que la política, así como algunos otros términos intangibles que hoy conocemos, es un invento humano, creado por el hombre en un intento de organización como grupo social. Ahora bien, el ser humano no solo aprende a organizarse y a trabajar en conjunto; también aprende a utilizar los elementos que el medio le provee y a inventar a través de ellos, buscando así una supervivencia que lo ha llevado a establecer un verdadero imperio. Es decir, lejos de quedarse en los primeros pasos de organización, creó figuras en torno a esta, tales como el ciudadano, el Estado, el gobierno, la democracia y, con los años, la corrupción.

La humanidad descubrió su capacidad de liderazgo en este proceso de adaptación, lo que le ha permitido desarrollar un sistema político organizativo sólido que se mantiene hasta hoy. Entonces, se habla del Estado —definido por Wilson Granados (2013) como un órgano de dominación que fue creado en las sociedades antiguas y esclavistas— como la máxima organización del individuo. Según esto, las primeras maneras de ejercer la política fueron formas de represión para algunas clases sociales; es decir, los seres humanos no solo buscaron liderar, sino que encontraron la manera de dominar y hacer cumplir su voluntad. Un claro ejemplo de esta dominación es la sociedad feudalista, caracterizada en lo político por una concentración del poder en la figura del señor. Esto tiene como consecuencia la desaparición del poder central, ya que esta sociedad se atomiza en los distintos feudos y el señor acapara las funciones típicas del Estado (*i. e.* legislar, administrar justicia y acuñar monedas). El feudo es así un Estado en miniatura en el que surge una verdadera jerarquización social, que va desde el rey —que no es vasallo de nadie— hasta el último vasallo —que no es señor de nadie—. Con este ejemplo se puede decir que la política ha sido utilizada —o mal utilizada— para dominar y anteponer intereses individuales.

De acuerdo con la Subgerencia cultural del Banco de la República (2015), la palabra democracia "proviene del griego: *δημοκρατία*, 'demos', pueblo, gente, y 'kratos', poder, superioridad".

> La democracia es una forma de gobierno en la que se plantea que el poder político es ejercido por los individuos pertenecientes a una misma comunidad política, es decir a los ciudadanos de una nación. La preocupación central de una democracia auténtica consiste en garantizar que todos los miembros de la sociedad tengan una posibilidad real e igual de participar en las decisiones colectivas. (Subgerencia cultural del Banco de la República, 2015).

Es importante tener en cuenta que antes de esta figura o sistema político existieron otros sistemas; es decir, otros intentos pretéritos de organización y gobernación, los cuales motivaron su existencia, en tanto fueron el antecedente de una organización más participativa, incluyente e igualitaria. Entre estos se cuentan la dictadura, la anarquía y la monarquía.

Ahondando en este término, Hurtado (2008) interpreta a Spinoza: señala que para ese pensador, "la democracia es la forma política más justa; se presenta como el sistema donde las leyes son más racionales, prima el bienestar de la comunidad y el individuo goza de libertad" (p.2), en referencia a la libertad de escoger un representante, serlo, o estar enterado cuando se desee.

Los mecanismos de participación ciudadana buscan hacer que los ciudadanos aprueben y participen en las decisiones que se toman en los asuntos públicos y políticos. Esto motiva la participación del pueblo, razón por la cual estos sistemas buscan establecer una relación real entre este último y la política. Para Held (2006), "la libertad y el desarrollo individual sólo pueden alcanzarse plenamente con la participación directa y continua de los ciudadanos con la regulación de la sociedad y del estado" (p. 8). Además de hacer que los ciudadanos se sientan importantes, la participación ciudadana ayuda a sectores marginados que no se sienten representados. En este sentido, son las instituciones del gobierno las que se encargan de generar la relación entre los ciudadanos y el estado.

En el caso colombiano, la Registraduría Nacional expone nueve mecanismos de participación ciudadana, los cuales están consagrados en la *Constitución Política*: voto; plebiscito; referendo; referendo derogatorio; referendo aprobatorio; consulta popular; cabildo abierto; iniciativa popular; y revocatoria de mandato.

> La relevancia y efectividad de los mecanismos de participación varía de país a país y al interior de cada uno de ellos. Algunos son inoperantes y otros simbólicos, mientras que muchos han adquirido una gran significación. Los mecanismos de participación que están siendo utilizados en la práctica son muy variados y existen cientos de experiencias positivas a nivel nacional, sub nacional y local. (Rodríguez, 2002, p. 135).

Como se menciona en el fragmento anterior, los mecanismos de participación varían según las costumbres del país o región. En el caso de Estados Unidos, los mecanismos de participación ciudadana son muy parecidos a los colombianos: ni la inscripción ni el voto son obligatorios, pues se consideran un deber cívico y un derecho; y al igual que en Colombia, el ciudadano debe ser mayor de dieciocho años de edad para ejercerlo.

Corrupción

La corrupción política es un abuso del poder donde el juego de intereses es lo más importante. Consiste en un favorecimiento ilegal o ilegítimo, ya sea para un beneficio personal o para las organizaciones a las que las figuras políticas están integradas, aunque no se beneficien indirectamente. La corrupción trae muchas consecuencias para la sociedad, como la mala calidad en la salud y la educación, y la pobreza, pues los recursos que están destinados para estas y otras entidades se ven desviados. Así entonces, la corrupción es un indicio de que algo no está funcionando.

El soborno es una de las formas de corrupción más utilizadas, pues muchos funcionarios del sector público afirman no tener las

motivaciones suficientes para realizar bien su trabajo y requieren de una especie de bonificación o incentivo, punto en el cual los sobornos pasan a ser un pago extra por su rapidez y buen trabajo. Igualmente, el soborno se percibe cuando las personas intentan evadir impuestos y otras normas administrativas: en estos casos, los incentivos son recibidos por las autoridades correspondientes. No obstante, estos no son los únicos casos: lamentablemente, la corrupción existe por la falta de educación política.

La corrupción no tiene un fin establecido, pues el poder trae grandes ventajas y ganancias económicas que no se encuentran dentro del salario correspondiente. Aunque las personas que ejercen los cargos que la facilitan tienen el poder de diseñar leyes que garanticen la seguridad y benéficos de la sociedad, estas parecen estar planeadas en función de sus necesidades, en tanto se crean políticas públicas ineficaces y nada equitativas. Según Granados (2013, entrevista personal), "la política es intrínseca a la naturaleza del hombre, que es necesaria para vivir en plenitud moral y que toda forma de gobierno puede tener una vertiente correcta y otra incorrecta". Es decir, la política es una actividad que el ser humano no puede ignorar porque forma parte de su naturaleza, pero de igual forma está diseñada para verse mancillada por la corrupción.

Metodología

Esta investigación se enmarcó dentro del análisis de contenido, técnica que permite estudiar los mensajes y los contenidos representados en los medios de comunicación, así como los mensajes no verbales. Es posible aplicar esta metodología en cualquier tipo de información que pueda ser medida de forma cualitativa o cuantitativa. Berelson (1952) la describe como "una técnica de investigación en el contexto comunicativo que garantiza el poder describir los mensajes, de forma objetiva, sistemática y cuantitativa".

En tanto que la investigación buscó indagar respecto de las características de las RS presentes en la serie televisiva, la misma se

adelantó con un enfoque cualitativo que propone la recolección de datos sujetos a la interpretación y clasificación no numérica. Se siguen aquí los planteamientos de Taylor y Bogdan (1994), quienes exponen la importancia de todas las perspectivas para el investigador cualitativo; no se busca "la verdad" o "la moralidad", sino una comprensión minuciosa de las perspectivas.

La serie animada Los Simpson se ha transmitido durante 24 temporadas, cada una compuesta por 22 capítulos en promedio, lo que implica que se cuenta con una población total de 528 capítulos en los que se desarrollan los más variados temas. Para efectos de la muestra, se hizo una selección intencional de los capítulos más representativos en los que se abordan temas relacionados con la categoría de análisis propuesta en el objetivo.

Se emplearon dos técnicas de recolección y análisis en la investigación. La primera es una cadena asociativa: con un modelo de asociación simbólico, permitió recoger un conjunto de asociaciones de ideas elaboradas dentro del medio, con las cuales se identificaron los significados de las representaciones sociales. Este método también permitió identificar los "términos bisagra", es decir, aquellos que organizan un conjunto de relaciones significativas o intervienen en la transformación de la significación de diferentes cadenas.

Como se explicó en un apartado anterior, este tipo de análisis pertenece al método asociativo; en este caso, se intentó desentrañar la manera en que los creativos del programa gestan las asociaciones temáticas con respecto a las categorías de análisis. Esto permitió generar la centralidad de la representación social, puesto que al "identificar un cierto tipo de organización de la representación y, en algunos casos, poner en evidencia los elementos centrales" (Abric, 1994), sería posible validar y confirmar el núcleo central.

La segunda técnica aplicada en la investigación se estableció a partir de la definición de las unidades de la muestra, correlacionándolas

con los objetivos a alcanzar. Se aplicó en esto lo que Comte (2009) llama "técnica logicoestética" que busca entender cómo se expresa el emisor y cuáles son los elementos narrativos que utiliza. Para lograrlo, se analizaron las funciones que influyen en los elementos de las RS. A través de este instrumento se pretendía encontrar los elementos de las RS que están presentes en los capítulos de la serie. A este respecto, existen unas funciones de las representaciones sociales que demuestran cuál es su papel en la sociedad.

Tabla 1.4 Matriz de análisis, técnica logicoestética

Representaciones sociales de la política, la religión, el género y los medios masivos de comunicación en Los Simpson Fecha (en que se aplica el instrumento): Temporada: Título del capítulo: Nombre: Categoría: (política) Sinopsis: Clasificación: (p. ej. T1C1P equivale a temporada1, capítulo1, política) Año de emisión:		
Descripción de la escena y minuto en el que aparece	**Elementos de la representación social presentes** (Ritos y mitos, imaginarios, ideología, estereotipos…)	**Observaciones** (Descripción de por qué se evidencia ese elemento)

Fuente: creación propia

Discusión

Las representaciones sociales de la corrupción política en los Simpson se analizaron en capítulos como "El regreso de Bob Patiño" (6.ª temporada, emitido en 1994); "La secta Simpson" (9.ª temporada, emitido en 1998) y "Encuentro con la mafia" (10.ª temporada, emitido en 1998). Los resultados de este análisis son producto de las tablas de análisis que se construyeron, las cuales buscan hacer una selección adecuada de las representaciones sociales de la política.

En estos capítulos, los temas giran en torno a la política. Granados (2013, entrevista personal) define este término como una práctica social que involucra al ciudadano y al poder, además de la capacidad de saber gobernar; dentro de este tema se manejan los rituales de costumbre, es decir, las campañas, las promesas, las elecciones y los resultados. Además, los episodios dan cuenta de la manera en que los habitantes de Springfield configuran, comparten, socializan y aceptan estos actos, convirtiéndolos en representaciones sociales mediáticas de una sociedad real sin necesidad de establecerla en un país específico, ya que la serie ha convertido su sociedad en una de carácter universal.

Moscovici (1963) afirma que las representaciones sociales son la elaboración de un objeto social, hechas por la comunidad con el propósito de conducirse y comunicarse. Es posible encontrar figuras que denotan estas representaciones tales como los imaginarios, que hacen referencia a los sueños, mitos, recuerdos o creencias, y que en la serie se representan como las cosas que deben o no hacer los políticos; la forma en que los medios representan los temas políticos y a quienes ejercen la política; y el papel principal del dinero, que representa estatus y poder, para controlar cualquier situación.

A manera de ejemplo de lo anterior, nótese la situación del capítulo "Encuentro con la mafia": Homero Simpson se convierte en guardaespaldas del alcalde de la ciudad y empieza a recibir beneficios

por su cargo; observa que a su jefe le sucede lo mismo, pero además de acceder a alimentos o lugares confortables recibe fajos de billetes a cambio de favores. El imaginario se hace presente cuando Homero manifiesta a su familia que los altos funcionarios y sus allegados siempre son bien recibidos a donde vayan, además de evidenciar la corrupción mediante el elemento del dinero como método de soborno.

El tema de la corrupción política también incluye los mecanismos de participación política, que para Puerta y sus colaboradores (2006), están ligados a la libertad y al desarrollo individual, a través de una participación directa y continua de los ciudadanos con el estado. Las personas podrán sentirse partícipes de cualquier decisión que se tome en pro del bienestar de la sociedad, pero se verán salpicados por la corrupción, el soborno y la extorsión, los cuales se hacen evidentes en la compra de votos, en la obligación de votar por un candidato particular, o en el hecho de escoger a un representante que ejecute proyectos o actos que favorezcan solo a algunos. Ejemplo de esto se presenta en "El regreso de Bob Patiño", capítulo en el cual Montgomery Burns (magnate de la energía nuclear) organiza una reunión secreta de republicanos en la que se encuentra presente el periodista más reconocido, Burgos, y manifiestan que deben escoger a alguien que consiga el triunfo para el partido en la alcaldía, pero que obedezca órdenes.

La presencia del periodista en la reunión tiene un fin específico: lograr más impacto en los medios a través de su influencia en la población para favorecer a un grupo, de tal forma que sus ideales republicanos resulten victoriosos. Este acto también responde a un imaginario: demarca los medios de comunicación usan su capacidad de interacción masiva para promover sus propuestas y garantizar su éxito según la corriente política que comparten, propagando la ideología de turno. Lo anterior es definido por Gee (1996) como una situación en la cual las personas aceptan un punto de vista aun cuando saben que es incorrecto, lo que se contrapone al hecho de que al expresar nuestro punto de vista lo damos por correcto.

De acuerdo con lo mencionado, estas representaciones no nacen de la imaginación del creador de la serie; en realidad, estos actos son comunes en la sociedad. En Colombia, por ejemplo, se emplea el término 'mermelada' para referirse al acto mencionado: los candidatos deben otorgar favores a otros organismos o sectores privados por su apoyo en contienda.

Un ejemplo adicional de lo anterior se presenta en el capítulo "La secta Simpson", en el cual un nuevo movimiento religioso se toma la ciudad y con artimañas logra fidelizar a gran parte de la población. La escena concreta es aquella en que el periodista Burgos está denunciando las irregularidades de los movimentarios y, de repente, se anuncia un cambio repentino de administración del canal para el cual trabaja, con lo cual debe cambiar su discurso aun en contra de sus principios de veracidad, diciendo "bienvenidos, movimentarios".

Esto abre un poco más el panorama, en tanto se asegura al televidente que la corrupción no es un acto ligado netamente a la política, sino que se encuentra presente en otros actos: en este caso, en la estructura organizativa de las religiones. Se puede decir entonces que esto obedece a que la serie hace un barrido por aspectos que son transversales entre sí, como sucede en lo que podría llamarse "vida real". No debe olvidarse a este respecto que en la serie se hace un paso de la cotidianidad a su recreación audiovisual; es decir, se pasa de las RS a las representaciones mediáticas, descritas por Tablante (2005) como la forma en que los medios de comunicación transmiten contenidos de interés colectivo y que son incorporados en la sociedad, los cuales se hacen evidentes en Los Simpson de una manera satírica y humorística.

Conclusiones

Gracias a los análisis realizados se concluyó que la serie propone un ejercicio intelectual que los espectadores pueden realizar juiciosamente, aunque es necesario ahondar un poco más en los tópicos que maneja. Las posibilidades de estudios intelectuales de Los Simpson pueden

resultar irónicas, en tanto se presenta no solo como un estudio de la ciencia humana sino de las ciencias exactas gracias a los conceptos sociales que maneja. Además, el programa no se limita a exponer los conceptos: asume una posición crítica que interrelaciona los tópicos con las situaciones contemporáneas y los problemas de la humanidad a través de los años.

Las representaciones sociales son creadas y aceptadas por la sociedad, pues su finalidad al establecer un mismo lenguaje es crear interacción. En el caso específico de la serie, la presencia de la política se evidencia en su ejercicio mismo, al encontrarse en los capítulos analizados recurrencias de los ritos de campaña, voto y elección. Los candidatos de Springfield realizan campañas electorales en las que se relacionan con los ciudadanos mediante promesas y propuestas, con el fin de convencerlos de que los elijan democráticamente como gobernantes. El voto y la consulta popular, mecanismos de participación presentes en la serie, evidencian cómo la sociedad interactúa o se relaciona en pro de un proceso, que sin duda alguna tiende a reforzar la importancia de la política a nivel social en el imaginario real. Es decir, es un proceso tan importante que no se limita a su representación real, sino que trasciende a los medios y, desde ellos, nuevamente a nuestra realidad.

La serie también hace un importante énfasis en el fenómeno de la corrupción: evidencia claramente la estrecha relación existente entre el importante ejercicio de la política y este término, representado por imaginarios y estereotipos que justifican la forma como las personas ven y piensa sobre la política, los candidatos y el sistema político. Esto refuerza la idea de que la política viene de la mano con la corrupción, a tal punto que en la sociedad de Springfield se considera que todos los funcionarios con poder político son iguales: esto es, personajes corruptos, permeados por la ambición del poder, lo cual obedece al planteamiento de la construcción social, según el cual una realidad se normaliza al estar presente a lo largo de los años. En el caso del mundo real (denominado así para separarlo del mundo de la serie), los

medios de comunicación son responsables de muchas de las decisiones y pensamientos colectivos en relación a la política y a la influencia de los candidatos, quienes monopolizan los medios y la manera en que se comunica la información referida a este tema.

Referencias

Abric, J. (2001). *Prácticas sociales y representaciones.* México D.F.: Ediciones Coyoacán.

Calonge, S. (2006). La representación mediática: teoría y método. *Psicologia da Educação, 23.* Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1414-69752006000200005&script=sci_arttext

Gee, P. (1996). *La ideología en los discursos.* Madrid: Ediciones Morata.

Hurtado, R. (2008). Tres visiones sobre la democracia: Spinoza, Rousseau y Tocqueville. *A parte rei: revista de filosofía, 56,* 1-22. Recuperado de http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/simo56.pdf.

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital, 2,* 1-25. Recuperado de http://athenea digital.net/article/view/n2-mora/55-pdf-es.

Puerta, U., Pérez, C., Idárraga, C., y Múnera, F. (2006). *La participación ciudadana y el desarrollo de la cultura política en Colombia.* Bogotá: Fundación Konrad Adenauer, Corporación Pensamiento Siglo XXI.

Rodríguez, M. (s. f). *Gestión ambiental en América Latina y el Caribe: evolución, tendencias y principales prácticas.* Bogotá: Universidad de los Andes. Recuperado de http://www.manuelrodriguezbecerra.com/bajar/gestion/capitulo9.pdf

Subgerencia Cultural del Banco de la República (2015). *La democracia como sistema político*. Recuperado de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/libro.

Tablante, L. (2005). Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas. *Temas de comunicación, 12,* 117-167. Recuperado de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kESuqcU0pNIJ:revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/articleview/256+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=co.

Taylor, S., y Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

DIOSELINA TIBANÁ Y LA "COCINA POLÍTICA"

Tatiana Saavedra Flórez
tsaavedra@javerianacali.edu.co
Pontificia Universidad Javeriana, Cali

Los estrépitos del fogón nacional

El dramatizado de Dioselina Tibaná[1], personaje emblemático de *Quac, el noticero*, quien encarna a la directora general de la cocina del Palacio de Nariño durante el gobierno de Ernesto Samper, constituye una de las alegorías más complejas y ricas de sentido en la historia del humor político y metaperiodístico en Colombia. Dioselina, una tolimense oriunda de Purificación, de naturaleza indiscreta y ladina, chismosa e ingeniosa así como profundamente crítica, condensa y recrea

[1] Según afirma Antonio Morales Riveira, guionista de *Quac, el noticero*, el personaje Dioselina Tibaná está inspirado en la madre del comediante Jaime Garzón Forero (2006): "Dioselina Tibaná era el Jaime pueblerino de sus orígenes familiares (p. 15). En el mismo texto, Morales comenta la trayectoria de ese personaje en el universo ficcional de *Quac*: "Dioselina fue también asistente de cocina de la Presidencia de la República durante los gobiernos de Virgilio Barco y César Gaviria" (p. 15), recorrido que nos hace inferir el amplio y profundo conocimiento que tiene este personaje de la dieta del Palacio de Nariño y de su distinguida clientela.

en su poética la crisis de representación del presidente Ernesto Samper Pizano (1994-1998), así como la decadencia de un gobierno signado por el escándalo y el espectáculo de la corrupción de sus protagonistas.

Dioselina, también conocida como "la fogonera mayor", se convierte en la ficción que *Quac* propone; en la vocera de los ciudadanos "de abajo", a quienes encarna, con toda su sensibilidad y con su singular manera de proyectar en los dramas propios de la "cocinera" del Edificio Colombia, la soledad —casi risible— de la instancia ciudadana[2] frente a los abusos de aquellos que detentan el poder político y económico en el país. De esta manera, Dioselina, con su aparente ingenuidad y falta de educación, narra el poder desde adentro, desde la intimidad, desde el centro del Palacio de Nariño: la cocina.

En esta ponencia se pretende analizar la forma en que Dioselina conecta, a su manera, la estética y la política en la coyuntura del Proceso 8.000, mediante un sustancioso menú que cuestiona el drama del poder presidencial y sirve para denunciar la intención de las élites de neutralizar el poder democrático alcanzado con la *Constitución Política de 1991* (en adelante, CN. P. de 1991). Este nuevo proyecto de Constitución proponía otro modelo de Estado, un nuevo proyecto de nación cuyo principal logro, entre otros aspectos de relevancia, consistía en otorgar más democracia al juego político. Con este propósito, el artículo 3 constituye el eje de la Carta Constitucional, en tanto consagra la soberanía popular postulando como protagonista principal al pueblo, aquel que en *Quac, el noticero* se encuentra representado principalmente por Dioselina y por Néstor Helí, pero también por personajes como el señor Jaramillo, que simboliza al campesino desplazado; y John Lenin, quien encarna al estudiante sindicalista.

De esta manera, el Menú de Diosa, que corresponde a la CN. P. de 1991, constituye el punto clave del posicionamiento ideológico de

[2] Para ampliar la noción de instancia ciudadana, véase Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. París: Vuibert.

este personaje y en el principal móvil de su irónica denuncia, como se expresa en la emisión 15 de *Quac*[3], titulada "Reforma a la Carta":

> [Palabras de Dioselina] El doctor Samper llegó todo rebotado y me dijo que estaba aburrido con esos platos tan pesados. Yo le dije que mis platos son de la carta del 91, la que dejó el Doctor Gaviria. "Precisamente —se quejó— con esa carta no puedo cambiar los ingredientes. Necesito que me la reforme". Yo empecé a trabajar pero los congresistas se pusieron furiosos porque no quieren cambiar su dieta. Dicen que el doctor Samper les va a quitar la chanfaina y las tajadas. Entonces el doctor Serpa les dijo que no se preocuparan, que el congreso lo que necesita es una reconstituyente para sacarlo de la postración. Ay, no, mijita. Eso nadie se pone de acuerdo. Ahora falta ver lo que irán a decir los que tienen la sartén por el mango: los que cocinan la cerveza y las gaseosas, los que cocinan las noticias y los que tienen las cocinas en la mitad del monte (Morales & Lozano, 2006, p.43).

Queda evidente en este "plato especial" que el proyecto narrativo de base[4] de Dioselina corresponde a la defensa de la CN. P. de 1991, realizada mediante tres tareas principales: la primera, denunciar las reformas en el articulado de la CN. P. de 1991 que limitan o atentan contra su poder democrático: en este caso, "la chanfaina y las tajadas que reclaman los congresistas", las cuales aluden a los auxilios parlamentarios, que más se demoraron los constituyentes en eliminarlos de la CN. P. de 1991, que en ser revividos por la burocracia política con el nombre de "cupos indicativos".

La segunda tarea de Dioselina consiste en advertir, a través de su menú, la decadencia del presidencialismo de opinión, que deja

[3] El corpus, en torno al cual se realiza este análisis, está integrado por los guiones que ponen en escena al personaje Dioselina Tibaná, recopilados en el documento *Quac, el libreto* (Morales y Lozano, s.f.); documento inédito escrito por Miguel Ángel Lozano y Antonio Morales Riveira que recoge los guiones que sirvieron de base para las 117 emisiones de *Quac, el noticero*.

[4] "El Programa narrativo de base (abreviado PN) es un sintagma elemental de la sintaxis narrativa de superficie, que describe una transformación de estado (Greimas & Courtés, 1991, p.204). Según Courtés hay una relación de presuposición unilateral entre "(...) el programa narrativo de base (que concierne al objetivo final) y el programa narrativo de uso (que es como una especie de medio en relación con el fin previsto)" (Courtés, 1991, p.120).

ver la naturaleza no democrática del orden jurídico-político de la representación en Colombia y que anticipa el prematuro nacimiento de la serpiente autoritaria: ¿quiénes tienen realmente "la sartén por el mango"? En este sentido, Dioselina participa en la cocción de novedosas formas de interpretación de lo que fue en su momento el gobierno de élites de Ernesto Samper, investido discursivamente de la coartada del "poder popular", al tiempo que signado por aquello que los medios de comunicación registraron como "narcopolítica" para referirse a la incursión del narcotráfico en la política colombiana. Dicho fenómeno puso en cuestión la legalidad y la precaria legitimidad del gobierno de entonces.

La tercera tarea consiste en evidenciar la relación entre el poder político y el poder mediático. Este dramatizado da cuenta de la manera como el poder mediático se convierte en la forma más caracterizada del poder político presente en la Colombia de finales del siglo XX. Con este propósito, el oficio de Dioselina consiste entonces en hurgar en la cocina de los poderosos para develar esas grietas cada vez más pronunciadas entre gobernantes y gobernados, dejando al descubierto el condimentado infierno y la olla podrida de nuestra realidad política nacional.

El universo alegórico del Edificio Colombia

Para comprender el dramatizado de Dioselina y la función que representa este personaje en el reparto del poder de *Quac, el noticero*, se presentarán algunas características del universo alegórico del Edificio Colombia y de la cocina de Dioselina. El primero, concebido como el mundo englobante, la diégesis donde ocurren todas las historias de *Quac*; y la segunda, asumida como el mundo englobado, la escenografía mediante la cual se construye esta ficción, integrada por el patrón, los comensales o invitados a la mesa, los platos del menú y la cocinera, que se presenta como una infiltrada en la cocina del Edificio Colombia.

Así, en el universo alegórico del dramatizado de Dioselina se encuentra el Edificio Colombia, que corresponde paródicamente a la

República de Colombia; esto es, con una mirada del país, la nación, el Estado. En el centro de este Edificio, custodiado por Néstor Elí, el portero encargado de dar cuenta de la arquitectura global del Edificio y las diferentes posiciones del ajedrez político, se encuentra el palacio, el cual debe entenderse, por efecto de metonimia, como una parodia del Palacio o la Casa de Nariño; y en el centro de dicho palacio se encuentra la cocina política de Dioselina.

Ahora bien, como se mencionó, Dioselina Tibaná es la cocinera del Palacio. Sin embargo, este personaje representa un doble rol: por un lado es cocinera, en tanto su función consiste en preparar sus especialidades para atender a la clientela del Dr. Gordito; y por otro, es consejera presidencial, en tanto estas preparaciones fungen como recetas o fórmulas políticas. En este sentido, vale la pena señalar la forma en que la representación del quehacer político es encarnada por la figura de una mujer del mundo subalterno, cuya cosmovisión y sensibilidad están mediadas por una lectura de la provincia, es decir, de lo popular. Por su parte, el Dr. Gordito funge como el patrón de Dioselina, dueño de la cocina y, a su vez, como representante paródico de Ernesto Samper Pizano, presidente de la República de Colombia entre 1994 y 1998. Los dos personajes centrales del dramatizado —Dioselina y el Dr. Gordito— pueden ser interpretados desde la isotopía culinaria o desde la isotopía de la relación política, toda vez que, mientras en el nivel de la manifestación del dramatizado se lee lo relacionado con la cocina, simultáneamente se decodifica que, en el fondo, se trata del mundo de la política colombiana.

En este contexto, la cocina de Dioselina se presenta como el corazón del Palacio de Nariño, el centro desde el que se raciona el poder y la dinámica nacional; el espacio desde el cual se dirigen las riendas, se llevan a cabo las intrigas y se operan los dispositivos del poder ejecutivo del Edificio Colombia, es decir, la Presidencia de la República. Por extensión, se entenderá también el Edificio Colombia como una cocina, en tanto se sabe que, por efecto paródico, es el mundo ficcional que remite a la República de Colombia. En síntesis, el país queda convertido en una cocina.

Por otra parte, la clientela corresponde a los comensales o invitados del Dr. Gordito; es decir, a todos aquellos con los que el Dr. Gordito intercambia favores o tramita influencias a cambio de apoyo electoral y de respaldo a su programa de gobierno. Ahora bien, cuando Dioselina opera la reducción de la clientela al registro del chisme, remite por asociación a la noción de clientelismo, entendido como el "sistema de protección y amparo con que los poderosos patrocinan a quienes se acogen a ellos a cambio de su sumisión y de sus servicios" (Real Academia Española, 2001, p. 569). La clientela del Dr. Gordito se convierte entonces en su principal base clientelista.

Por último, el menú está integrado por un conjunto de platos que corresponden a los artículos de la CN. P. de 1991 que Dioselina quiere defender y que el Dr. Gordito o las élites políticas pretenden invalidar o limitar mediante el empleo de diferentes tácticas políticas, inscritas dentro del universo de la manipulación y la corrupción. El menú de Dioselina expresa, entonces, la evaluación que este personaje realiza de la posición política que concierne a cada uno de los actores en la coyuntura del proceso 8.000.

De esta manera, el dramatizado de Dioselina Tibaná se caracteriza por el encabalgamiento de signos y por la construcción mediante enclaves. "El encabalgamiento designa el signo puesto simultáneamente en un entre-dos" (Saavedra, 2013, p. 59). Así, por ejemplo, la cocina de Dioselina es oficina de consejería presidencial y es, al mismo tiempo, la oficina donde se planifica la atención al cliente; Dioselina es a su vez cocinera y consejera; las recetas de cocina son simultáneamente recetas políticas y la carta de la cocina o el menú es, a su vez, la CN. P. de 1991.

"La noción de enclave nos define un signo inserto en el otro" (Saavedra, 2013, p. 59). En este caso, corresponde al hecho de que la cocina de Dioselina sea la cocina de un inmenso restaurante que, a su vez, es el Palacio de Nariño, ubicado dentro del Edificio Colombia; mundo ficcional que remite, por presuposición, a la República de Colombia.

Así, Dioselina cocina con pasión y sirve a cada uno su argumento, develando los valores del juego de roles y mostrando, mediante su destreza culinaria, cómo se cuece el Proceso 8.000, cómo se sirve en los medios de comunicación y quiénes son los invitados a esta cena. En contrapartida, el lugar de poder que asume Dioselina desde la cocina representa, de manera simbólica, a quienes nunca son invitados a la cena: la instancia ciudadana, aquella cuyo único espacio de protagonismo pareciera existir solo en las anónimas cifras de las estadísticas. Según Antonio Morales, "Dioselina Tibaná, la cocinera del palacio presidencial, (...) expresaba claramente el alma del campesinado emigrado a la ciudad, escéptico y noble" (Lozano & Morales, 2006, p. 14). Este personaje reivindica a los millones de personas del Edificio Colombia que no pertenecen al organigrama político y burocrático, y cuya voz continúa (como lo ha estado históricamente) vedada a los espacios de decisión.

La cocina y la política son, pues, dos universos que se entrelazan, se superponen, se mezclan y se baten en una misma paila a medida que Dioselina presenta los secretos de los invitados a la mesa por el Dr. Gordito, los comensales de la conspiración samperista y antisamperista, a quienes sin el menor reparo esta ingeniosa cocinera amasa, pica y sofríe hasta reducirlos a chismes de cocina. De esta manera, la noticia que Dioselina ingenia, madura, hornea y sirve en la cocina de palacio va a narrar con mordaz ingenuidad lo incontable, lo inconfesable, el secreto de la intimidad política, las tensiones y manipulaciones del poder en Colombia.

Una gastronomía política

Como se dijo en el apartado anterior, en la cocina de Diosa todo significa. De esta manera, su gastronomía se convierte en la manera de vehiculizar las nociones de norma y de valor. Según Philippe Hamon (1984, p. 16), la evaluación es un acto de puesta en relación, una comparación que un actor, narrador o cualquier otra instancia

evaluante, en enunciado, instaura entre un proceso (evaluado) y una norma (evaluante) que funciona como patrón, guión o modelo ideal, virtual o actualizada. Siguiendo esta propuesta, el corpus de reglas que pueden definirse como la norma o modelo en relación con el cual Dioselina evalúa al Dr. Gordito y sus comensales es la CN. P. de 1991 (norma de normas) y, sumado a ello, el programa de gobierno propuesto por el Dr. Gordito durante su candidatura a la Presidencia.

Ahora bien, se entiende según Hamon (1984, p. 22) que el efecto ideología (y no la ideología) de un texto pasa por la puesta en escena estilística de aparatos normativos textuales que se incorporan al enunciado y vehiculizan diferentes tipos de normas, a saber: lingüística, tecnológica, estética y ética. Evaluar se convierte entonces en un saber, una competencia de Dioselina para valorar, calcular, apreciar, estimar, juzgar y criticar mediante su argot culinario las acciones del Dr. Gordito y de sus destinadores. Esta evaluación se presenta en el texto como unos saber hacer, saber decir, saber vivir y saber gozar, que corresponden respectivamente a las normas enunciadas.

Así, la competencia evaluativa de Dioselina se manifiesta desde la selección, preparación y presentación a la mesa de sus diferentes especialidades o platos. Las formas de evaluación de Dioselina pasan por la expansión del *frame* culinario, destacándose cinco momentos del proceso de la cocina mediante los cuales este personaje evalúa distintos aspectos de la política nacional: el plato seleccionado, los ingredientes, la manipulación de los alimentos, las formas de cocción y de servir a la mesa. A continuación se verá cómo se vehiculiza su evaluación, de acuerdo a los procesos señalados.

El plato seleccionado para cada invitado: el nombre del plato permite a Dioselina evaluar a los actores, los procesos y las coyunturas políticas en el marco del Proceso 8.000 y con la CN. P. de 1991 como base. La sazón de Dioselina, dirán algunos, es un poco salada, alta en calorías, algo grasosa, muy condimentada; en fin, nada balanceada y muy irritante, quizá poco apropiada para la alta administración y el

poder burocrático que habita El Edificio Colombia, pero muy apetecible para la clase popular. Dioselina tiene, como toda cocinera que se respete, sus especialidades, que van desde la comida criolla hasta las recetas gourmet; se trata de una dieta flexible para dar gusto a congresistas, ministros, militares, empresarios, sacerdotes: en fin, a todos los protagonistas de la desacreditada fauna política nacional.

Algunos de los platos que Dioselina prepara con frecuencia son: "Manjar blanco del valle"; "Mico en su salsa"; "Róbalo a la tapada"; "Chivo expiatorio"; "Ensalada de pulpo"; "Dulce demora"; "Conejo a la constitución"; y, por supuesto, no falta en la dieta de Palacio el apetecido "Perico con tajadas al desayuno". Recetas que evalúan, entre otros procesos, la injerencia del cartel de Cali en la campaña presidencial de Ernesto Samper; la apropiación indebida de los recursos del presupuesto nacional; las formas de distracción provocadas por las instancias política y mediática en relación con los verdaderos responsables de los procesos políticos; la influencia y la polarización de los monopolios económicos en las decisiones políticas; y la penalización de la droga en contra de los avances en materia legislativa.

Los ingredientes: mediante la selección de los ingredientes, Dioselina evalúa las estrategias, y los mecanismos que se utilizan en el juego de la manipulación política nacional. Por su experticia, la cocina de Dioselina comienza desde el cultivo, la cosecha y la elaboración de la materia prima, ingredientes exclusivos de su arte. Así, entre sus insumos preferidos se encuentran "el aceite de maquinaria liberal", "las finas hierbas de los medios de comunicación", "las migajas del presupuesto nacional", "la ley zanahoria", "la carne de cañón", "los polvos mágicos" y un elemento fundamental en su cocina gourmet: "el pez gordo con agallas y poco escamoso".

Sus platos destinados para fechas especiales, como *Halloween*, contienen algunos ingredientes de cuidado, pues con frecuencia producen alergias o intoxicaciones masivas del tipo proceso 8.000. En estas categorías de cocciones se cuentan "la piel de lagarto", los "pelos de

gato por liebre", el "veneno de culebra", la "lengua de sapo", el "rabo de paja" y "ni trato de plomo". Una característica esencial que se evidencia en la cocina de Dioselina es su bajo colesterol por "escasez de huevos".

La manipulación de los alimentos: mediante las formas de manipulación de los alimentos, Dioselina denuncia las argucias, mañas y vicios políticos (el universo de la politiquería) que se presentan en el marco de la corrupción que vive el país. Para preparar su "Pacto a la naranja", "se coge un poquito de presupuesto nacional y se pica finamente" (Quac, 1); para hacer su receta de "Conejo a la constitución", "el animalito se mata con un golpe en la dignidad nacional y la carne se muele y se cocina al baño María para que quede con aspecto de hamburguesa, que es como le gusta a los gringos" (Quac. 14); en la "Paloma al escabeche" "se rompen varios huevos —hay que tener huevos— se baten y se sazonan con ajos" (Quac, 16); en el "Róbalo a la tapada", "primero se coge el pescado —aunque el róbalo nunca lo pescan— y se sazona con esos auxilios que ahora están prohibidos (...), se le echa una pizca de polvos mágicos, se cubre con una costra de inmunidad y se deja marinar en manzanillo. Con una mordaza se le tapa bien la boca para que no se le salga la sustancia. ¡Ay, como a la prensa!" (Morales & Lozano, 2006, pp.43- 44).

La forma en que cuece los alimentos: mediante la cocción, Dioselina evalúa las maneras como el país y la opinión pública asumen los grandes debates de la política nacional. En esta categoría se encuentra que las denuncias se dejan "en reposo o a fuego lento", "los debates se caldean" y finalmente "no pasa nada".

La forma en que sirve los alimentos: mediante el proceso de servir a la mesa, Dioselina evalúa la instancia mediática y su estrategia de manipulación, es decir, la manera en que la información es presentada a la opinión pública por los diferentes medios de comunicación. Por ejemplo, en su receta "Conejo a la constitución", "el plato se sirve sin ensalada porque la hierba es sospechosa"; y en "Frutos del mal", Dioselina dice lo siguiente: "cuando tenía todo listo le pregunté al

Dr. Samper que cómo quería que sirviéramos estos frutos del mal, y él me contestó: como le gustan a Plinio Apuleyo: cretinados". (Morales & Lozano, 2006, p.47).

En este variado menú es posible observar la forma como la relación entre el poder político y el poder mediático constituye un ingrediente obligado de las recetas de Dioselina. El poder político se presenta como una forma del poder mediático y viceversa, elementos que se expresan en aquello que aquí se denomina "cocina política". Mediante su rol de cocinera-consejera, Dioselina se configura entonces como un contrapoder político y mediático, una suerte de coro solitario a la vez que polifónico, frente al cual este personaje encuentra en los chismes de cocina la mejor forma de asumir el drama político y participar en el espectáculo de los hervores de nuestro fogón nacional.

Así, el dramatizado de Dioselina Tibaná resulta significativo en tanto cumple la función estratégica de narrar y cuestionar la coyuntura política del Proceso 8.000 y, específicamente, de denunciar los atropellos a la CN. P. de 1991. Sus aportes permiten reflexionar sobre el humor político, la ironía narrativa, la imagen presidencial y la crítica ciudadana al poder mediático en Colombia. Dioselina devela los secretos íntimos de las estructuras del poder y con su ácida crítica, acompañada de las mejores salsas de la casa de Nariño, enseña a reconocer la ampolla que levanta el caldo de cultivo de la política colombiana; convoca a no "comer cuento", a meterle el diente a la crítica, a escupir el hueso descompuesto de los horrores del poder en Colombia.

Referencias

Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir.* Paris: Vuibert.

Cortés, J. (2008). *Quac el noticero, humour, burlesque et méta-journalisme en Colombie.* Université Michel de Montaigne. Bourdeaux, Francia.

Eco, U. (1999). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo. (4ª. ed.)* Barcelona, España: Lumen.

Greimás, A., y Courtés, J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje.Tomo I* . Madrid, España: Gredos.

Greimas, A., y Courtés, J. (1986). *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Tomo II.* Madrid, España: Gredos.

Hamon, P. (1984). *Texto e ideología: para una poética de la norma.* (E. R. Lager, & r. E. Orejuela., Trads.) Paris, Francia: PUF.

Morales, A., (2003). Un adiós de carnaval. *Revista Número.* Vol. (38), pp.14-19.

Morales, A., y Lozano, M. (2006). *Edificio Colombia. Antología de los libretos del programa de televisión "Quac, el noticero" 1995-1997.* Bogotá, Colombia: Revista Número Eds.

Morales, A., y Lozano, M. (s.f). *Quac el libreto.* Texto Inédito.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua Española.* México: Espasa.

República de Colombia. (2002). *Constitución Política de Colombia* (16 Ed.). (c. y. compilada, Ed.) Bogota, Colombia: Leyer.

Saavedra, T. (2013). *Dioselina Tibaná y la cocina de la ironía política.* Cali: Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Saavedra, T. (2009). La "Fogonera Mayor" incendia la cocina de Palacio. *Cuadernos de Postgrado.* (3). Cali: Colombia: Escuela de Estudios Literarios, Universidad del Valle.

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DE LA COMPETENCIA DE SÍ COMO PROFESOR UNIVERSITARIO DE LENGUA ESPAÑOLA

Yuly Andrea Rojas Gamboa
yulithza28@hotmail.com
Universidad Industrial de Santander

El educador y la competencia en el discurso pedagógico

El presente análisis tiene como base principal el hecho de que la construcción cultural de un sujeto a través del discurso es un asunto que no pertenece meramente al carácter individual de este, sino que se trata de una representación de un grupo social y cultural al que corresponde.

Tal como lo describe Clifford Geertz, antropólogo de la Universidad de Princeton, el concepto de un yo singular o individual no desempeña sino un papel mínimo en la vida cotidiana de esa cultura. A los individuos se los considera más bien representantes de categorías sociales más generales, y

> es la categoría social la que cobra importancia decisiva en la vida cultural. (Gergen, 1997, p. 28).

En este sentido, el informante seleccionado para este análisis es una docente de una universidad de Bucaramanga que actualmente orienta la asignatura de Taller de Lenguaje, y que tiene como ejercicio llevar a cabo la enseñanza de la lengua española. Por tanto, se pretende analizar los discursos expresados por este sujeto en una entrevista como una representación social y cultural, en la que se enuncian unas concepciones acerca de la enseñanza de la lengua y las competencias que caracterizan al docente universitario colombiano dentro de un discurso pedagógico.

Desde la perspectiva semiótica, Greimas (1988) afirma que "el discurso didáctico pertenece a una subclase de discurso que encuentran su razón de ser y pueden ser evaluados en función de su eficacia" (p. 64). En este sentido, el acto didáctico que se plantea para la asignatura de Taller de lenguaje comprende cómo el docente desarrolla un ejercicio eficaz que le permita transmitir el objeto de la lengua a los estudiantes; es decir, desarrollar sus competencias para que este sujeto enseñable aprenda el sistema de la lengua castellana. Para lograr dicha eficacia en el discurso pedagógico, se hace necesario que el docente se construya como un sujeto enseñante que posee unas competencias específicas que le permitirán *hacer-hacer* sobre el aprendiz, y por supuesto, cumplir con el objetivo de este tipo de discurso: formar a una persona de acuerdo a unos parámetros de competencia ideal del sujeto en una determinada sociedad. Sobre esto, Greimas expresa:

> La semiótica didáctica es así capaz de proponer una tipología de los sujetos competentes, pero cada sociedad debe elegir una competencia ideal que corresponda al tipo de persona humana cuya formación será confiada a todas las instancias del sistema educativo. (Greimas, 1988, p. 66).

El presente trabajo mostrará cómo el docente se construye a sí mismo como una representación social en términos de competencias,

habida cuenta de que su objetivo es desarrollar diversos *perfomances*[1] que le permitan formar a los educandos de acuerdo a unos parámetros de hombre ideal, influenciados en este caso por las representaciones sociales dadas por la cultura colombiana. De igual manera se tendrá en cuenta el modelo de competencia[2] replanteado por Serrano (2012), el cual se presenta en la siguiente figura.

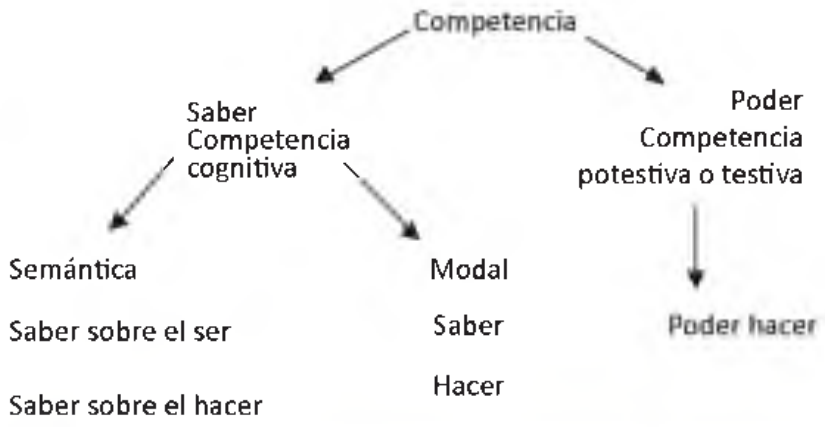


Figura 1.1 Modelo de competencia replanteado por Serrano (2012)

Fuente: Serrano (2012)

En la figura anterior se plantea, primeramente, que la competencia de un sujeto se desarrolla a través de dos tipos de competencias: una que corresponde al saber y que en términos semióticos es la denominada *competencia cognitiva;* y otra que es la del poder, llamada *potestiva.* La competencia cognitiva se compone de una competencia semántica, que se relaciona con el saber sobre el ser y el saber sobre el hacer del ser, es decir, saber sobre los estados y transformaciones de algo; y una competencia modal, que corresponde a un saber hacer, un saber sobre

[1] *Performance* se define como el programa narrativo del sujeto competente y activo (por sí mismo). Está compuesta por una dimensión cognitiva, en la que se sitúa la decisión del sujeto para hacer algo, y por una dimensión pragmática, en la que se lleva a la ejecución (Greimas & Courtés, 1990).

[2] Es necesario aclarar que, desde una perspectiva semiótica, el primer aporte sobre el modelo de la competencia fue de J. Courtés en Análisis Semiótico del Discurso (1997) y luego fue replanteado por el profesor E. Serrano.

un procedimiento. De esta manera, para la enseñanza de la lengua, el informante se describe como un sujeto con un saber sobre el ser que le permite, a través de la competencia potestiva, desarrollar programas narrativos en los que se evidencia un saber hacer.

La construcción de la competencia de los profesores como orientadores de la lengua castellana

Para el caso que corresponde a este asunto, la informante construye su identidad social como una figura educadora, un enunciador que se manifiesta como un profesor, pues en sus discursos afirma serlo:

> Bueno, primero pues soy realmente una **enamorada de la educación**, o sea no es una palabra que la diga como románticamente, simplemente, no. **A mí me gusta. Ser educadora** fue algo que realmente fue mi vocación y afortunadamente fui una persona que hizo una carrera en lo que me gustaba. (entrevista personal, 2013).

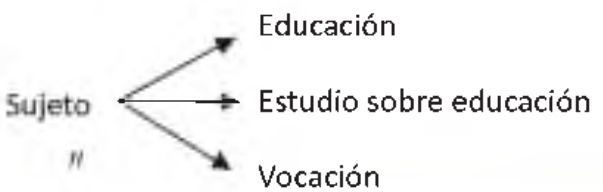


Figura 1.2 Las figuras que caracterizan al profesor de Lengua Castellana

Fuente: creación propia

Esta representación social sobre el rol del docente dentro de la enseñanza de una lengua deja en evidencia su euforia por el tema de la educación y los estudios que se desarrollan en torno a este tema. Así, se tiene que el sujeto tiene —luego de un programa narrativo— la competencia para ejercer la docencia como profesional, reconocida por el título universitario.

Esta primera caracterización del sujeto como educadora contribuirá a desarrollar un programa narrativo de base frente a lo que para ella significa el fin de la educación:

> Bueno, la metodología es...yo les...digamos, que como se trabaja lo que es gramática y lo que es ortografía, también, y lectura, entonces yo generalmente un texto de algún teórico que hable por ejemplo del resumen que es uno de los temas, entonces **lo leemos** y **vemos** esa parte que es esquemática y **aplicamos**, entonces ya **traemos textos, ya les traigo** textos de la revista Semana, del periódico y trabajamos el resumen, el comentario crítico, por ejemplo, el informe, **les pongo a que hagamos** un informe de una manera teórica, entonces, **les enseño** cómo es un... cuál es la superestructura del informe, cada día **se las recuerdo** porque ellos, sino se les olvida, entonces si estamos haciendo [...]
>
> Y que **él es el principal autor de su mejoramiento**, digamos, en eso aspectos, es él. O sea, la persona tiene que hacer **metacognición todo el tiempo**. Ese para mí es el **fin fundamental. Si yo logro de mis estudiantes** que se preocupen por cómo escribo, porque esto me quede bien, por cómo hablo, **es lo fundamental**. Y fuera de eso que sigan pues leyendo muchísimo y que ojalá se aficionen a escribir, porque pues es importante. Sí. (entrevista personal, 2013).

En este sentido, se tiene que la educadora espera y pretende desarrollar un programa narrativo virtual en el que un sujeto 2 (ella misma) realiza varias acciones —"leemos, vemos, aplicamos, traemos textos, les traigo, les pongo a que hagamos, les enseño, se las recuerdo"— para que un sujeto 3 (el estudiante) se conjunte con el mejoramiento.

Según el discurso de la informante, el objetivo del mejoramiento se logra cuando el estudiante realiza ejercicios de metacognición que implica la regulación del proceso de aprendizaje. Por tanto, la docente plantea que el programa narrativo virtual ideal que se pretende alcanzar con la educación es que el que el sujeto de hacer-hacer ya no sea ocupado por el docente, sino que sea el estudiante el encargado de dicho proceso

que le va a permitir actuar y conjuntarse con el objeto conocimiento; y esto implica el mejoramiento. Es decir, el estudiante se convierte en el sujeto de hacer-hacer de su propia actuación.

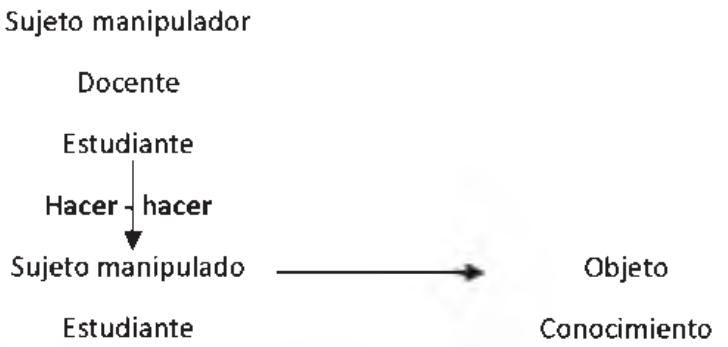


Figura 1.3 El programa narrativo virtual ideal en la educación desde la perspectiva del profesor de Lengua Castellana

Fuente: creación propia

Esto constituiría lo que sería el fin de la educación para la informante. Sin embargo, para lograr este fin es necesario que el docente lleve a cabo una serie de programas narrativos que lo definen como sujeto competente, con miras a lograr dicha meta educativa en los estudiantes. Al respecto, la informante manifiesta que existe un punto inicial de evaluación, el cual permite el desarrollo de programas narrativos que apuntan a dicho fin educativo:

> Yo, cuando los veo como que no entienden o como aburridos, no, yo inmediatamente digo qué pasa, qué traje, qué estoy haciendo que esto no está funcionando, entonces, **busco otra metodología, procuro variarles-** (...) -también **es fundamental que al estudiante le guste, que le guste y que si le gusta pues hace mejor el trabajo. Si no les interesa, cómo hacer que les interese y les guste**. (entrevista personal, 2013)

En este sentido, se evidencia que el docente en su hacer está constantemente buscando el objeto de valor que está conjuntado a los

estudiantes por la modalidad del querer; y sobre el cual puede combinar los objetos de enseñanza que le permitirá ser eficaz en su hacer-hacer.

En este sentido, una primera caracterización de la competencia construida por el docente está orientada hacia la capacidad que tiene este para reflexionar lo que realiza en clase, con el fin de identificar los objetos de valor de los estudiantes para la reformulación de su metodología y el alcance de su fin en la educación. Este punto inicial permite que el docente se empiece a construir como un sujeto competente y eficaz en el acto educativo.

Tabla 1.5 Competencia del profesor que enseña la lengua española

Saber sobre el ser y el hacer de la enseñanza de la lengua	Saber hacer Saber enseñar la lengua	Poder hacer Poder enseñar la lengua
Educadora Educar: lograr el proceso de metacognición en los estudiantes. Transformación de la vida. **Objetos de enseñanza:** Lectura Escritura: • Gramática • Ortografía Tipología textual: • Resumen • El comentario crítico • El informe	Metacognición del hacer en el aula: eficacia • Presentar diversas metodologías. • Plantear ejercicios. • Buscar material pertinente para la clase. • Leer • Recordar a los estudiantes lo visto en clase. • Involucrar textos de actualidad (e. g. noticias).	Título universitario: la nombra como educadora. Querer: vocación

Fuente: creación propia

En la Tabla 1.5 se evidencia una recurrencia de las figuras sobre las competencias presentes en la educadora que se agrupan en los siguientes aspectos: por una parte, se tienen los saberes sobre la enseñanza. En estos se percibe y se construye al docente como un sujeto que posee un saber sobre la lengua; en este caso, un saber orientado en su mayoría a

los temas de la escritura y la lectura, los cuales son puntos esenciales que orientan los procesos para enseñar, según la informante. De igual manera, reconoce cuál es el fin de la educación: el desarrollo de la metacognición en los estudiantes, lo que permite su transformación.

A partir de estos objetos de la enseñanza y el fin de la educación, el docente emprende programas narrativos de uso que surgen de un proceso de metacognición, los cuales comprenden las acciones de presentar diversas metodologías; plantear ejercicios; buscar material pertinente para la clase; y leer y recordar a los estudiantes las sesiones aprendidas. En este sentido, se construye al docente como un sujeto que presenta un grado de competencia que se encuentra en conjunción con el cambio y la pertinencia de su hacer en el aula de clase.

En el caso de la competencia potestiva, se evidencia que el educador la desarrolla debido a los títulos obtenidos que configuran un poder movido por un querer, relacionado con la modalidad del querer. Por tanto, la concepción sobre sujeto competente que se construye en el discurso del informante está organizada por los siguientes valores:

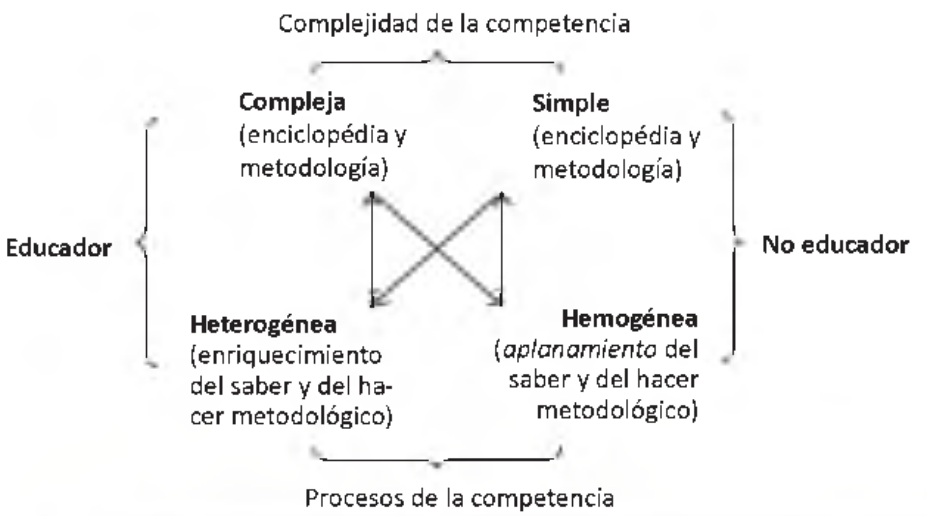


Figura 1.4 El sistema de valores presente en la competencia del educador de Lengua Castellana

Fuente: creación propia

En este sentido, la educadora se construye como un sujeto que desarrolla una competencia caracterizada por el grado de complejidad que le permite desarrollar actividades diversas en las que se ven implicados unos saberes y acciones metodológicas. Este nivel de complejidad de la acción se logra cuando la educadora busca hacer de su discurso un discurso eficaz, en la medida en que desarrolla la capacidad para identificar los objetos de valor positivos de los estudiantes sobre los cuales puede verter nuevos valores e incluir los objetos de la enseñanza; a su vez, esto plantea el desarrollo y cambio constante del hacer del educador.

A modo de conclusiones

De acuerdo con el análisis planteado se concluye con los siguientes aportes:

- Un educador se define como un sujeto competente que se caracteriza por el valor de la complejidad enmarcada por un nivel de heterogeneidad, en el que se plantea que las acciones del docente deben ser cambiantes y acordes con la modalidad del querer del estudiante; pero esto se logra cuando el docente evalúa su propio proceso de la enseñanza.

- La eficacia del discurso pedagógico se debe a la competencia que tiene el docente para imponer objetos de enseñanza a los estudiantes y convencerlos de verter en ellos aspectos positivos. Por tanto, uno de los planteamientos sobre cómo lograr esa eficacia se debe precisamente a la capacidad del docente para identificar la modalidad del querer en el estudiante y los posibles objetos de valor sobre los cuales se mueve el hacer en ellos.

- El fin de la educación se constituye con una espera en el que el docente construye un programa narrativo virtual, en el que surge la esperanza de que los estudiantes sean quienes actúen por sí solos para alcanzar sus objetivos de aprendizaje.

Referencias

Arbeláez, L. (2010). *Evaluación del aprendizaje en la Educación Superior*. Colombia: Cedeuis.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

Courtés, J. (1997). *Análisis semiótico del discurso*. Madrid: Gredos.

Eco, U. (1990). *Los límites de la interpretación*. España: Lumen.

Eco U. (1999). *Kant y el ornitorrinco*. Barcelona: Lumen.

Gergen, K. (1997). La ciencia de organización en un contexto posmoderno. *Revista de Ciencias Aplicadas del Comportamiento, 32,* 356-377.

Greimas, A. (1988). Por una semiótica didáctica. En Rodríguez, J. (Comp.). *Educación y comunicación*. pp. 63-68. Barcelona: Paidós.

Greimas, A., y Courtés, J. (1990). *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

Hamon, P. (1984). *Texte et idéologie*. París: PUF.

Serrano, E. (2012). *El concepto de competencia en la semiótica discursiva*. Cali: Gobernación del Valle del Cauca-Colección de Autores Vallecaucanos. Recuperado de http://www.academia.edu/7031510/El_concepto_de_competencia_en_la_semi%C3%B3tica_discursiva_2012_-_Eduardo_Serrano_Orejuela.

"¡VUÉLESE YA!": UN CASO DE TRANSGRESIÓN INTENCIONAL DEL CONTRATO DE COMUNICACIÓN, ENGAÑO Y MANIPULACIÓN DISCURSIVA

Farid Abud
farid.abud.hoyos@gmail.com
Instituto de Lingüística, Universidad de Buenos Aires
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina

Introducción: la campaña "¡Vuélese ya!"

Entre octubre y diciembre de 2002, el Ministerio de Defensa colombiano puso en marcha una campaña comunicacional titulada "¡Vuélese ya!", orientada a persuadir a los miembros de los grupos insurgentes para que abandonaran voluntariamente las armas e ingresaran en el nuevo programa de desmovilización que entonces

impulsaba el gobierno nacional. Este introducía el pago de recompensas y el otorgamiento de beneficios jurídicos especiales para aquellos desmovilizados que proporcionaran material de guerra y de intendencia, que colaboraran a capturar o a "dar de baja" a los miembros de la dirigencia insurgente, o que suministraran cualquier información que favoreciera a las fuerzas del Estado en el contexto del conflicto armado interno (Observatorio de Procesos de Desarme, Desmovilización y Reintegración, 2012, pp. 8-16).

Entre otros materiales diseñados por el Grupo de Operaciones Especiales Sicológicas del Ejército (GOES), la campaña "¡Vuélese ya!" incluía la distribución de alrededor de 5 millones de volantes (o *flyers*). Estos eran lanzados desde helicópteros sobre algunas de las regiones del territorio colombiano que entonces presentaban mayor presencia guerrillera: zonas selváticas en los departamentos de Sucre, Bolívar y Arauca. Aquellos volantes tenían, además, una particularidad que los diferenciaba de otras iniciativas similares desarrolladas previamente en Colombia: contenían fotografías sugestivas de mujeres en biquini. Tras suscitar un acalorado debate entre distintos sectores de la opinión pública y cobrar notoriedad internacional, este hecho motivó que se cancelara su distribución a menos de dos meses de haberse iniciado la campaña (Lozano, 2002; Associated Press, 2002; & Grupo Mujer y Sociedad, 2002).

A pesar del revuelo que generó en su momento, a la fecha dicha campaña solo ha sido citada en un estudio sobre procesos de desarme, desmovilización y reintegración (Observatorio de Procesos de Desarme, Desmovilización y Reintegración, 2012) y, de hecho, hoy casi no se conservan registros sobre el aspecto que tenían aquellos volantes. Se cuenta, sin embargo, con la fotografía que dio origen al debate a través de los medios de comunicación, publicada originalmente en la edición electrónica del diario *El País* de España (Lozano, 2002):

El texto en la leyenda dice:

"¡VUÉLESE YA!

Y OBTENGA BENEFICIOS
JURÍDICOS
ECONÓMICOS
SALUD
EDUCACIÓN
Y LO MÁS IMPORTANTE
SU LIBERTAD"

Figura 1.5 ¡Vuélese ya! y obtenga su libertad

Fuente: adaptación por el autor

Pasados cerca de 13 años desde que se diera a conocer aquella campaña nos interesa volver sobre ese volante, no solo porque todavía puede decir muchas cosas acerca de la sociedad colombiana, sino porque además consideramos que este puede contribuir a la comprensión del funcionamiento de los discursos de persuasión en la esfera pública contemporánea.

Más concretamente, en el presente trabajo se pretende constatar e ilustrar cómo a través de dicho volante es ejercido un procedimiento de transgresión intencional del contrato de comunicación, engaño y manipulación discursiva, y cómo dicho procedimiento ha implicado la puesta en juego de una serie de imaginarios sociodiscursivos: uno sobre la libertad y el bienestar; otro sobre el orden socioeconómico y político; y otro más sobre el conflicto armado en Colombia. Para ello, se someterá el ejemplar reproducido en la anterior fotografía (al que en adelante se nombrará indistintamente *flyer*, volante o campaña) a un ejercicio

de microanálisis a través de la teoría del contrato de comunicación (Charaudeau, 1995, 2007, 2006, 2010a, 2010b).

Así pues, la indagación se presenta de la siguiente manera: en un primer apartado se explica el marco teórico aplicado; en el segundo se revelan las huellas del procedimiento de transgresión del contrato de comunicación, con especial atención a la forma como en dicha campaña se modela el objeto discursivo; en el tercero se observa el modo como en ella son efectuados el engaño y la manipulación discursiva, para luego rastrear en el cuarto apartado los imaginarios sociodiscursivos que esta pone en juego. Y por último, en el apartado dedicado a las consideraciones finales se vuelve sobre los principales hallazgos y se proponen algunas reflexiones.

A propósito del contrato de comunicación, el engaño y la manipulación discursiva

Como explica Charaudeu (1995, 2006, 2010a, 2010b), para que exista una mínima interacción, comunicación y co-construcción de sentido en un acto de lenguaje es necesario que los participantes en este reconozcan mutuamente los rasgos identitarios que los definen en tanto sujetos de dicho acto; que identifiquen la finalidad de este último; que comprendan el asunto u objeto temático sobre el que este versa; que compartan ciertos saberes e imaginarios; y que consideren las circunstancias que, en tanto imperativos materiales, determinan la pertinencia de dicho acto.

Aquello que hace posible cumplir este conjunto de condiciones es lo que dicho autor ha denominado *contrato de comunicación*. Este viene dado, en virtud de cada situación, por las expectativas del intercambio y, con ello, por el establecimiento de un cierto orden de restricciones, brindando al sujeto tanto un conjunto de instrucciones discursivas de

cuyo cumplimiento depende la posibilidad de ser comprendido por su interlocutor, como una cierta "legitimidad" que establece *a nombre de qué* habla (Charaudeau, 2010a, 2010b). Correlativamente, el contrato de comunicación también implica el establecimiento de un conjunto de coordenadas que, en tanto regularidades discursivas, permiten al sujeto receptor-interpretante advertir *lo que está en juego* en un determinado acto de comunicación. De hecho, desde esta perspectiva, los géneros discursivos no son otra cosa que el producto de las instrucciones, imperativos y regularidades discursivas que derivan de los contratos de comunicación (Charaudeau, 2010a).

En particular, el caso que resulta de interés aquí es el del contrato de comunicación de los discursos propagandísticos. Como advierte Charaudeau (2010b), el principal rasgo de este tipo de discursos estriba en que su expectativa situacional consiste en una "incitación a hacer": el "yo" carece de la autoridad necesaria para ordenarle a su destinatario cómo obrar, por lo que debe desplegar una estrategia de "hacer creer", a través de la cual este se ubique en una posición de "deber de creer" que lo lleve a obrar de acuerdo a la manera deseada. En segundo lugar, estos discursos se originan siempre en un acto voluntario de producción ejecutado por una instancia fuente que es tanto identificable como imputable desde el punto de vista de su responsabilidad. En tercer lugar, los discursos propagandísticos se dirigen a una instancia colectiva, por lo que involucran la utilización de un dispositivo de distribución masiva. Por último, en razón de sus objetivos, estos discursos se organizan en razón de un esquema cognitivo argumentativo y narrativo. Este conjunto de características se concreta, a su vez, en distintos géneros en virtud de tres rasgos definitorios: el tipo de legitimidad atribuida al sujeto-fuente; la naturaleza del objeto discursivo que construyen; y el lugar atribuido al destinatario en tanto sujeto a ser influenciado. Véase a continuación, por ejemplo, cómo se concretan estos rasgos en el caso de dos de los más importantes discursos propagandísticos, a saber: publicitario y promocional.

Tabla 1.6 Discurso publicitario y promocional

Tipo de discurso propagandístico	Tipo de legitimidad atribuida a la instancia fuente	Objeto discursivo	Lugar atribuido al sujeto receptor
Publicitario: se orienta a la venta de uno o varios bienes de consumo	**Instancia publicitaria:** deriva su legitimidad de su posición en la economía de mercado, lo cual le atribuye el derecho a vanagloriar las cualidades del producto que ofrece, en detrimento de los de sus competidores. Lo anterior da lugar a un discurso superlativo. Se presenta ante el destinatario como el benefactor que le proporciona las herramientas necesarias (los bienes de consumo) para cumplir sus deseos.	Construye un doble objeto: el objeto de una búsqueda ideal atribuida al destinatario (objeto de deseo); y el producto o bien ofertado, el cual es presentado como la herramienta necesaria para acceder al objeto de deseo. Este doble objeto forma una idealidad individual.	Se le atribuye un doble lugar: el de un consumidor-comprador potencial; y el de un consumidor efectivo de la publicidad.
Promocional: su objetivo es prevenir o solucionar problemas sociales, por lo que orienta a la población a actuar de cierta manera. (p. ej. campañas para prevenir el tabaquismo)	**Instancia promovente:** deriva su legitimidad de una posición de saber y moral social. Se presenta como un consejero.	Modela un beneficio colectivo, la reparación de un desorden social, por lo que pone en juego una idealidad ética. Correlativamente, en su lugar también puede modelar una representación del mal o desorden social atacado.	Es interpelado en tanto ciudadano, de modo que adopte cierto modelo de comportamiento a nombre de la solidaridad social.

Fuente: elaborado con base en Charaudeau (2010b)

Entre los fenómenos que permiten explicar esta perspectiva, y que resultan centrales en este trabajo, se encuentran el *engaño* y la *manipulación discursiva*. El primero tiene que ver con la presentación de información falsa, insuficientemente clara o ambigua. Algunos contratos implican directamente alguna forma de engaño: por ejemplo, la superlatividad propia de la retórica publicitaria supone, por lo general, resaltar las cualidades del producto ofertado y minimizar sus deficiencias, usando para ello información engañosa. No obstante, en ese caso habría que hablar más estrictamente de un semiengaño, pues aquello no solo deriva de la legitimidad comercial propia de la instancia publicitaria sino que es un hecho conocido por los consumidores de este tipo de discurso (Charaudeau, 2010b, p. 64). Sin embargo, dicho tipo de procedimiento resulta ilícito en otros contratos, como en el caso del promocional.

Por su parte, la manipulación discursiva (Charaudeau, 2010b, pp. 67-70) opera como un discurso de "incitación a hacer" en el que ocurren dos fenómenos. En primer lugar, el manipulador nunca revela su verdadero propósito, envolviendo al manipulado en la falsa apariencia de que ha sido interpelado para cumplir otro propósito, el cual sería favorable para él. En ese marco, el manipulador explota una posición de legitimidad dada por la situación de comunicación, pero pone en juego una credibilidad traída de otro lugar. En ello pueden intervenir estrategias como el uso de narrativas dramáticas, así como el de discursos de promesa, profecía o provocación de afecto. De cualquier manera, el resultado es siempre el mismo: el sujeto manipulado es llevado a cumplir un proyecto que desconoce. Habiendo aclarado estos conceptos, se procede a continuación a ver cómo se manifiestan en el caso del corpus que compete a esta investigación.

Una transgresión intencional del contrato de comunicación

Al observar los rasgos discursivos más generales de esta campaña se hace posible identificar con facilidad varias de las características de los discursos propagandísticos. En primer lugar, el orden de expectativas

que define a la situación de comunicación instalada a través de ella —es decir, sus objetivos— permite caracterizarla como un discurso de "incitación a hacer": influir sobre los combatientes insurgentes para lograr que abandonen de forma voluntaria las filas guerrilleras e ingresen en el programa de desmovilización del gobierno, y hacer que proporcionen voluntariamente material de guerra, información, etc. En segundo lugar, esta situación se dirige a una instancia colectiva, esto es, a los miembros de los grupos insurgentes, por lo que ha sido difundida a través de un dispositivo de distribución masiva: el *flyer* o volante, dispersado en cuantiosa cantidad a través de helicópteros. Por último, es sabido que esta campaña fue el resultado de un acto voluntario de producción ejecutado por el gobierno colombiano y el ejército nacional. Sin embargo, junto a estas características generales el *corpus* también presenta dos huellas que revelan que a través de él ha operado un procedimiento de transgresión intencional del contrato de comunicación.

Una instancia fuente inimputable

Una primera huella de la transgresión efectuada en esta campaña estriba en que en ella se evade deliberadamente uno de los términos comunes a los contratos de comunicación de los discursos propagandísticos: la imputabilidad de la instancia fuente. En efecto, si se observa el *flyer* es posible apreciar que carece de cualquier tipo de firma que identifique de manera explícita a su emisor.

Lo más llamativo de este punto radica en que dicha transgresión no parece estar dirigida a encubrir la identidad de aquel emisor, sino más específicamente, a evadir su responsabilidad sobre aquello que dice; esto por cuanto el hecho de que en el *flyer* no hubiera ninguna alusión al gobierno o al ejército no implicaba necesariamente que dicho emisor no fuera identificable por parte de los destinatarios de la campaña, es decir, por parte de los miembros de los grupos insurgentes, quienes habrán podido observar los helicópteros lanzando aquellos volantes,

habrán tenido noticia sobre ello o lo habrán deducido con base en que ningún otro actor contaba con los medios para realizar tal operación. Además, el *flyer* tampoco presenta nada que conduzca a pensar que su emisor hubiera intentado encubrir completamente su autoría o atribuirla falsamente a otro actor: para ello habría podido recurrir a otras estrategias, tales como la difusión de falsas noticias a través de la prensa, la propagación de rumores entre la población civil o la impostación de una firma.

Un propósito táctico y promocional, una puesta en escena publicitaria

Una segunda huella de la transgresión del contrato de comunicación efectuada a través de esta campaña estriba en que sus propósitos y las instrucciones discursivas que esta provee no coinciden entre sí. A continuación, se explicita esto con más detalle.

Al preguntarse por la naturaleza de los objetivos perseguidos por esta campaña se encuentra que deben ser catalogados como promocionales, ya que buscan influir sobre el destinatario para que abandone un comportamiento que es juzgado como negativo para el orden social (formar parte de los grupos guerrilleros) y para que colabore de modo que dicho "mal social" sea erradicado. Adicionalmente, estos objetivos también comportan una dimensión táctica —en el sentido en que dicho término ha sido empleado por Charaudeau (2010b, p. 73)[1]— en tanto apuntan a influir sobre el comportamiento del destinatario para modificar un determinado orden de acontecimientos actuales buscando obtener un resultado inmediato: cambiar la correlación de fuerzas en el enfrentamiento armado entre los grupos guerrilleros y el Estado, de modo que este último obtenga una ventaja. De hecho, esa dimensión táctica asociada al propósito del programa de desmovilización

[1] Cabe aclarar que con ello no se establece una identidad entre esta campaña y lo que dicho autor denomina "propaganda táctica", en tanto esta última corresponde a un fenómeno de naturaleza y complejidad distintas.

fue explicitada posteriormente por el gobierno nacional (Ministerio de Defensa Nacional, 2005) y ha sido analizada por Arias, Herrera y Prieto (2010).

Sin embargo, las instrucciones discursivas proporcionadas en el *flyer* no coinciden con aquellas propias de un contrato promocional, dentro del cual el objeto discursivo debería remitir a la representación de un beneficio colectivo, o bien a la del mal social atacado. En contraste, el juego de seducción y persuasión desplegado en esta campaña opera con base en la construcción del doble objeto discursivo, propio del contrato de comunicación publicitaria.

Así, como ocurre en casi cualquier publicidad, el procedimiento aplicado en este *flyer* inicia con la atribución al destinatario de una cierta búsqueda, construyendo para ello un objeto idealizado de deseo en cuya posesión estribaría un beneficio individual absoluto. Este es el papel que juega aquella representación de la mujer que ocupa la mayor parte del *flyer*, modelada para ello como un objeto sexual inalcanzable. En esto han sido empleadas tres estrategias bien conocidas en la retórica publicitaria (Pérez Gauli, 2000): en primer lugar, *el cuerpo de la mujer ha sido segmentado* mediante un encuadre del tipo "plano americano", por medio del cual se da más volumen a las zonas asociadas al deseo masculino mientras quedan fuera de campo otras partes del cuerpo, al tiempo que se proporcionan los elementos mínimos necesarios para ubicar la escena retratada en un contexto vacacional, tales como el biquini y el sombrero tejido que luce la modelo, así como la vista del mar que constituye el fondo de la imagen.

En segundo lugar, *el comportamiento sexual femenino ha sido definido en función de un espectador masculino*, en tanto se escenifica un cuadro de masturbación en el que el destinatario adopta el lugar del "sujeto deseado" por la mujer, por lo que esta lo observa fijamente con sus ojos y labios entreabiertos mientras acaricia su zona genital. Empero, la efectividad de todo el procedimiento depende de que dicho objeto de deseo —en este caso, la mujer tratada como objeto— resulte

lo más inalcanzable posible para el destinatario; para lo cual, en tercer lugar, el *flyer* opta por *el uso de una representación superlativa del modelo de belleza imperante en Occidente:* esto es, cabello claro, una perfecta piel dorada por el sol, juventud y, sobre todo, un cuerpo atlético de curvas muy pronunciadas.

De forma paralela se tiene el conjunto de "beneficios" que el emisor ofrece al destinatario, a cambio de que este último actúe de una determinada manera: beneficios jurídicos, económicos, salud, educación "y lo más importante: SU LIBERTAD", los cuales han sido puestos en el lugar que corresponde a los bienes de consumo en el contrato de comunicación publicitaria, por lo que son tratados y representados a través de las estrategias usualmente empleadas para ofertar productos.

De allí que dichos beneficios se presenten como beneficios individuales, derivados de —y sujetos a— la buena voluntad del emisor, a pesar de que al menos la salud, la educación y la libertad podrían ser considerados como derechos. Por la misma razón, dichos "beneficios" son ofertados mediante la superlatividad propia de la retórica publicitaria. De este modo, no solo son relacionados entre sí como un grupo de objetos "importantes" hasta asignar a uno de ellos el grado máximo de dicha cualidad (nótese el juego con el adjetivo superlativo relativo "más" cuando dice: "y lo más importante..."); sino que, al ser enumerados a través de formas nominales, estos son objeto de una formulación tan ambigua que no queda claro a qué aluden específicamente. Por ejemplo, ¿a qué tipo de "educación" se refiere el volante? ¿Técnica? ¿Universitaria? ¿Religiosa? Este es, precisamente, el tipo de engaño que resulta lícito en el contrato de comunicación publicitaria, situación que no ocurre así en el promocional.

No obstante, el núcleo de este procedimiento radica en que, como es propio del contrato de comunicación publicitaria, dichos "beneficios" son ofertados al destinatario como las herramientas necesarias para que pueda alcanzar aquel bienestar individual que estribaría en la posesión del objeto de deseo ideal, lo que se logra a través de la composición visual

y tipográfica del *flyer*: esta los distribuye mediante la imposición de un orden de lectura que es un recorrido de la mirada a lo largo del cuerpo de aquella mujer; otorga más importancia a la "libertad" porque es el que más fácilmente puede vincularse con la posesión de aquel objeto de deseo ideal. Surge así todo un universo de inferencias posibles: *a mayor libertad, más sexo con mujeres exuberantes y complacientes*; o *libertad = sexo con mujeres exuberantes y complacientes*.

Aunque todo el procedimiento anterior funciona desde la perspectiva del deseo masculino, ello no excluye la producción de inferencias en el caso de un destinatario femenino: por ejemplo, *con libertad se puede tener un cuerpo exuberante, ser seductora y convertirse en un objeto de deseo*. De allí que las palabras "SU LIBERTAD" no solo destaquen por el papel que juegan en la construcción lingüística superlativa que se explicó líneas atrás, sino también por el tamaño y el color rojo de sus caracteres; por el resaltado que les brinda el contorno blanco; y sobre todo, por la relación que establecen con los demás elementos icónicos: no en vano constituyen el culmen del camino trazado a lo largo del cuerpo de aquella mujer, ubicándose sobre su zona genital inferior, exactamente debajo de la mano que acaricia.

Un caso de engaño y manipulación discursiva

La primera marca del procedimiento de manipulación discursiva efectuado a través de esta campaña estriba en que su propósito (influir sobre los combatientes insurgentes para lograr que abandonaran voluntariamente las filas guerrilleras e ingresaran en el programa de desmovilización del gobierno, y hacer que proporcionaran voluntariamente material de guerra, información, etc.) no se revela, al menos en su verdadero sentido y alcance, a lo largo del *flyer*. Podría decirse que este se encuentra contenido en la expresión "¡VUÉLESE YA! Y OBTENGA BENEFICIOS", pero aquella fórmula no solo resulta bastante imprecisa, sino que está desprovista de la connotación táctica y promocional inherente a dicho propósito. Esto no se debe tanto a que no

se mencione explícitamente el comportamiento en cuestión (pertenecer a la guerrilla), ya que es inferible; sino al hecho de que en el *flyer* este no es objeto de una evaluación moral (ni positiva ni negativa), y sobre todo, a que ni aquella expresión, ni ninguno de los demás elementos contenidos en el *flyer*, indica alguna orientación a ingresar en el programa de desmovilización del gobierno y "colaborar", aun cuando se sabe que esta vendría a ser la condición real para que el destinatario acceda a los "beneficios" que se le ofrecen.

Una segunda marca descansa en que, como se vio en el anterior apartado, en lugar de poner en escena las coordenadas discursivas propias del contrato promocional, esta campaña optó por simular un acto de comunicación publicitaria. Esto no solo le hizo más fácil ocultar su verdadero propósito, sino que le permitió hacer uso de las formas de engaño que autoriza la legitimidad comercial en el contrato publicitario, presentando aquellos "beneficios" de una forma que resulta insuficientemente clara y confusamente ambigua.

Aunque dichos "beneficios" son tratados y representados como bienes de consumo, el acceso a ellos por parte del destinatario no está condicionado por una transacción comercial; ello se debe a que estos en realidad no son mercancías, más allá de la puesta en escena publicitaria. En el *flyer* hay una pista para comprender la verdadera naturaleza de este grupo de objetos: la presencia de aquellos "beneficios jurídicos". Estos constituyen una huella de que el comportamiento del destinatario ha sido previamente juzgado como negativo para el orden social —aunque no dentro del *flyer*— y de que este conjunto de "beneficios" no es otra cosa que un número de dádivas o concesiones que un juez moral (el gobierno y el ejército) está dispuesto a otorgarle a cambio de que contribuya a eliminar dicho "mal social".

¿De qué manera debe contribuir el destinatario para la eliminación de dicho "mal"? El asunto es que el *flyer* oculta deliberadamente esa cuestión; y en su lugar ha desplegado —mediante la construcción de aquel doble objeto propio del discurso publicitario— una narración

con la que no solo neutraliza la evaluación negativa que pende sobre el destinatario sino que, sin imponerle nada, lo invita a convertirse en "beneficiario" de una acción cuyos detalles, alcance y verdadero propósito desconoce. Se trata de la narración que implícitamente construye toda campaña publicitaria, pero que en este caso, como es propio de la manipulación discursiva, opera como un manto de ilusión que envuelve al manipulado: "usted tiene una carencia que busca satisfacer > usted puede/debe actuar para beneficiarse al satisfacer dicha carencia > aquí están las herramientas que le permitirán satisfacer esa carencia" (Charaudeau, 2010b, p. 63).

Unido a lo anterior se tiene el último y definitivo rasgo de la manipulación discursiva: el hecho de que el manipulador hace uso de la legitimidad dada por la situación de comunicación simulada, al tiempo que explota una credibilidad traída de otro lugar (Charaudeau, 2010b, p. 68). En este caso, ello se advierte al observar que el emisor aprovecha una credibilidad que no deriva de su posición en una economía de mercado, como ocurriría en un verdadero acto de comunicación publicitaria, sino de su autoridad política e institucional: ofrece un conjunto de dádivas que, como aquellos "beneficios jurídicos", solo puede cumplir el gobierno nacional, pero evade, gracias a la transgresión del contrato, las obligaciones de veracidad, claridad y exactitud que ello implicaría en el contexto de un acto de comunicación promocional, siendo esta, probablemente, la razón por la que no se arriesga a dejar su firma.

Los imaginarios sociodiscursivos

Como explican Charaudeau (2007) y Castoriadis (1975), a toda situación de interacción subyace un entramado de relaciones de interdiscursividad que, al evocar saberes compartidos, permite la intercomprensión del sentido de la información transmitida, poner en juego valores y, con ello, justificar determinadas acciones. Estos saberes que implica la interdiscursividad no son otra cosa que imaginarios sociales, o mejor, *imaginarios sociodiscursivos*, pues proceden de la sedimentación de las narrativas, descripciones y explicaciones mediante

las cuales los grupos sociales representan y simbolizan los fenómenos y objetos del mundo, y con ello las identidades, roles y comportamientos de los actores que en él intervienen. Como se verá, la construcción discursiva desarrollada en esta campaña ha presupuesto tres grandes imaginarios: uno sobre la libertad y el bienestar; otro sobre el orden socioeconómico y político; y otro más sobre el conflicto armado interno en Colombia.

Previamente se comentó la manera como en el *flyer* la puesta en relación entre el objeto discursivo "la libertad" y el objeto de deseo modelado (aquella representación de la mujer) producía inferencias del tipo *libertad = sexo con mujeres exuberantes y complacientes*. La razón por la que dichas asociaciones pueden adquirir sentido descansa en que remiten a una *doxa* que circula entre los grupos sociales —aunque pueda no ser compartida por todos ellos—.

La idea de libertad que evoca esta *doxa* no es una libertad política, ni civil. Tampoco es una libertad sexual, pues lo que pone en juego es tan solo un consumo sexual: la posesión del otro como objeto, o bien uno mismo devenir objeto de un consumo sexual. La idea de libertad que opera en este caso es una libertad de consumo y corresponde, más concretamente, a *un imaginario dentro del cual la libertad y el bienestar se comprenden como dependientes de un consumo individual, emocional, hedonista, "libre" e insaciable de mercancías,* esto es, el imaginario sobre la libertad y bienestar que circula en nuestra sociedad a través de la *doxa* publicitaria.

El sujeto que pone en juego este imaginario es aquel generado por el desarrollo actual de las fuerzas productivas del capitalismo, al que Lipovetsky (2007) denomina *hiperconsumidor*: ese tipo de sujeto para el cual el bienestar no está encuadrado en la mera posesión de objetos materiales, sino en una "libre" e insaciable satisfacción de un universo de estilos de vida, placeres y gustos que, paradójicamente, dependen del sistema comercial; ese sujeto hiperindividualista y hedonista cuyo cuerpo y sexualidad se reivindican como "libres", pero que se encuentra

subyugado por la inconformidad con su apariencia física y una persistente infelicidad sexual, avasallado por modelos de belleza cada vez más artificiales y, con ello, inalcanzables. La representación de la mujer empleada en este *flyer* no es otra cosa que una de las formas a través de las cuales es representada la idealidad individual atribuida a ese hiperconsumidor, dentro de la cual el cuerpo, la actitud y comportamiento sexual femenino devienen los objetos ideales de aquel consumo individual, emocional, hedonista, "libre" e insaciable de mercancías.

También vimos cómo en este *flyer* la educación y la salud fueron ubicadas en el lugar correspondiente a los bienes de consumo en el contrato de comunicación publicitaria. Para que dicha representación adquiera sentido se precisa la existencia de un imaginario dentro del cual estas puedan ser consideradas mercancías, y ese no es otro que *el imaginario sobre el orden socioeconómico y político inherente a la doctrina neoliberal*: detrás de aquella representación operan una reivindicación del individualismo, de la desigualdad material y de la propiedad privada, así como visión de la sociedad como una mera suma de actores económicos.

Por último, es preciso considerar que esta campaña, así como el programa de desmovilización del que formaba parte, constituían una de las formas de instrumentalización del programa de control territorial y de la ciudadanía, de fortalecimiento y ofensiva militar que se conoció en Colombia como la "Política de Defensa y Seguridad Democrática" (Ministerio de Defensa Nacional, 2003); y que tanto esta como buena parte de las demás políticas llevadas a cabo en Colombia durante los gobiernos de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006 y 2006-2010), responden a un imaginario que se reprodujo con significativa fuerza desde el fracaso de los diálogos de paz celebrados en este país entre 1998 y 2002: la idea de que en Colombia no existiría un conflicto sociopolítico inherente al conflicto armado interno, ya que los grupos subversivos no responderían a orientaciones políticas sino a intereses privados, y más específicamente, a los intereses del narcotráfico.

Este imaginario se articuló con el discurso antiterrorista emanado desde los Estados Unidos a partir de 2001 y llevó al posicionamiento en Colombia de los sintagmas "amenaza terrorista", "grupos terroristas", "terrorismo" o "narco-terrorismo", utilizados para referir a cualquiera de los grupos rebeldes, para caracterizar su accionar y, sobre todo, para representar el conflicto que atraviesa Colombia como el de "una democracia bajo amenaza terrorista". Dentro de este imaginario —como se observa en el discurso de Uribe Vélez (véanse, por ejemplo, Uribe, 2002 y 2003) — las guerrillas son consideradas grupos criminales, y más específicamente, grupos terroristas, y es este tipo de valoración lo que explica que en esta campaña opere un juicio de orden moral: *los grupos terroristas constituyen una amenaza contra el bien común*, o lo que viene a ser lo mismo, contra la paz, la tranquilidad pública y la democracia. Es a través de este imaginario que el comportamiento del guerrillero ha sido juzgado; es este imaginario el que ha dejado su huella a través del ofrecimiento de aquellos "beneficios jurídicos" y el que gobierna, en último término, el sentido táctico y promocional de toda esta campaña.

Consideraciones finales

Sintéticamente, los resultados del ejercicio de análisis desarrollado pueden condensarse a través de tres tesis interpretativas:

En primer lugar, esta campaña opera a través de una transgresión intencional del contrato de comunicación; no solo porque evade deliberadamente uno de los términos comunes a los contratos de los distintos discursos propagandísticos —esto es, la imputabilidad de la instancia fuente— sino porque todo su funcionamiento descansa en la utilización estratégica de varias de las instrucciones discursivas propias del contrato de comunicación publicitaria para movilizar un propósito que es, en realidad, de índole táctica y promocional.

En segundo lugar, y gracias a lo anterior, esta campaña ejerce tanto el engaño como la manipulación discursiva. Lo primero porque engaña al destinatario sobre los términos del contrato de comunicación, con base en lo cual le oferta un conjunto de dádivas de índole táctica y promocional como si se tratase de bienes de consumo, aprovechando el empleo de la retórica superlativa propia del discurso publicitario para presentárselas, además, de una manera que resulta insuficientemente clara y confusamente ambigua. Y lo segundo, porque esta no revela su verdadero propósito hasta su finalización, en tanto opera sobre la base de simular un proyecto que se presenta como favorable para el destinatario mientras desarrolla su propósito real de manera encubierta, introduciendo al destinatario en una falsa apariencia e influyendo sobre él mediante la explotación, tanto de las licencias que autoriza la legitimidad comercial en el discurso publicitario, como de una posición de saber, autoridad y credibilidad de índole promocional, pero evadiendo las obligaciones y responsabilidades inherentes a esta última.

En tercer lugar, este despliegue ha presupuesto la puesta en juego de tres imaginarios sociodiscursivos:

- Un imaginario según el cual la libertad y el bienestar se comprenden como dependientes de un consumo individual, emocional, hedonista, "libre" e insaciable de mercancías, al que corresponden un cierto modelo de belleza y, sobre todo, una representación del cuerpo, la actitud y el comportamiento sexual femenino en tanto objetos al servicio y la disposición del deseo masculino.
- El imaginario sobre el orden socioeconómico y político inherente a la doctrina neoliberal, dentro del cual la educación y la salud son considerados mercancías.
- Un cierto imaginario sobre el conflicto armado interno en Colombia, dentro del cual se desconoce la existencia de un conflicto sociopolítico inherente a este.

Cabe ahora preguntarse qué se puede extraer del ejercicio desarrollado. Consideramos que, en último término, este recorrido puede ayudar a volver la mirada sobre la sociedad colombiana, aquella que discutió hace cerca de 13 años sobre un curioso volante con una chica en biquini, y que hoy discute la posibilidad de concertar la paz a través de una mesa de negociación. Como en aquel entonces, hoy están involucrados los mismos imaginarios: lo que para algunos sectores debe ser un escenario de desmovilización, para la guerrilla debe ser un diálogo político; mientras que para el gobierno el modelo económico está fuera de la negociación, para la guerrilla esta pasa necesariamente por discutir sobre la naturaleza de la propiedad y la explotación de ciertos recursos; mientras para el gobierno ya están dados los canales de expresión y participación, para la guerrilla estos deben ser objeto de un replanteamiento estructural del régimen político.

Por supuesto, en medio hay muchas más cosas en juego que un mero *flyer*: la reparación de millones de víctimas, el juicio y el castigo a los responsables de la catástrofe humanitaria que ha implicado esta guerra y el esclarecimiento histórico de más de 50 años de conflicto armado, social y político. Está claro que ni nosotros ni nadie tiene por sí solo la fórmula para alcanzar la paz en Colombia, pero quizá valga la pena aprovechar la oportunidad para discutir de manera abierta y plural, más allá de las armas y los bandos enemigos, algunas de las cosas que han devenido creencia en nuestra sociedad y que hace tantos años nos tienen en conflicto.

Referencias

Arias, G., Herrera, N., y Prieto, C. (2010). *Mandos medios de las FARC y su proceso de desmovilización en el conflicto colombiano: ¿Una apuesta para la paz o para la guerra?* Bogotá: Fundación Ideas para la Paz.

Associated Press (2002). Campaña llama a deserción rebelde en Colombia. *El Universal*. Recuperado de http://www.eluniverso.com/2002/11/26/0001/14/68B99FFAFA3346C68F6A51929FA91EE6.html.

Castoriadis, C. (1975). *L'institution imaginarie de la societé*. París: Seuil.

Charaudeau, P. (1995). Le dialogue dans un modèle de discours. *Cahiers de Linguistique Française*, 17, 141-178.

Charaudeau, P. (2006). El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: convenciones psicosociales y convenciones discursivas. *Opción, 49*, 38-54. Recuperado de http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2476951.

Charaudeau, P. (2007). Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux. En Boyer H. (Dir.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnem ents ordinaires et mises en scène*. París: L'Harmattan. Recuperado de http://www.patrick-charaudeau.com/Les-stereotypes-c-est-bien-Les,98.html.

Charaudeau, P. (2010a). Una problemática comunicacional dos gêneros discursivos. *Signos, 43*. Recuperado de http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-problematica-comunicacional.html.

Charaudeau, P. (2010b). O discurso propagandista: uma tipologia. En Machado, I. L. y Mello, R., *Análisis del Discurso Hoy*, Vol. 3 (pp. 57-78). Río de Janeiro: New Frontier (Lucerna). Recuperado de http://www.patrick-charaudeau.com/S-speech-propagandista-uma.html.

Grupo Mujer y Sociedad. (2002). Constituyente de mujeres y otros asuntos. *El Tiempo*. Recuperado de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1344237.

Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama.

Lozano, P. (2002). El Ejército de Colombia emplea fotos de mujeres en biquini contra la guerrilla. *El País* (España). Recuperado de http://www.elpais.com/diario/2002/11/28/internacional/1038438014_850215.html.

Ministerio de Defensa Nacional. (2003). *Política de Defensa y Seguridad Democrática*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.

Ministerio de Defensa Nacional. (2005). *Guía de Planteamiento Estratégico 2005-2006*. Bogotá: Ministerio de Defensa Nacional. Recuperado de http://www.mindefensa.gov.co/irj/go/km/docs/Mindefensa/Documentos/descargas/Documentos_Home/Guia_de_Planeamiento_Estrategico_2005_-_2006.pdf.

Observatorio de Procesos de Desarme, Desmovilización y Reintegración (2012). *Salidas de integrantes de organizaciones guerrilleras 2002 – 2011*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Pérez Gauli, J. (2000). *El cuerpo en venta: relación entre arte y publicidad*. Madrid: Cátedra.

DISCURSO Y TIPOLOGÍAS TEXTUALES EN ÉPOCA DE TIC

Clarena Muñoz Dagua
clargui@yahoo.es
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Neogramáticas y lenguajes emergentes

La Neogramática, de acuerdo con Muñoz, Asqueta y Casco (2014) conforma una serie de nuevas reglas que constituyen los lenguajes que soportan la comunicación en el contexto contemporáneo, en los cuales se expresa cómo operan los signos en tanto formas cognitivas mediante las cuales se interpreta la denominada realidad a través de los modelos mentales (Van Dijk, 1980, p. 15). En este sentido, la Neogramática renueva el código lingüístico, a la vez que estimula las conversaciones mediante las cuales los jóvenes interactúan, manifiestan sus estrategias de socialización y, con ello, la personalidad que adquieren sus roles en la sociedad.

Como consecuencia, se infiere que los distintos estamentos educativos, por la vía institucional, están llamados a aprender la codificación renovada con que los estudiantes se comunican entre sí y con los demás, en particular con sus interlocutores en la situación educativa, con sus docentes y todo el entorno universitario que los acoge. En la perspectiva semiótica, el habla deviene en discurso porque el código lingüístico llega acompañado con códigos visuales, no verbales, que, como la moda y la tecnología, manifiestan transformación y cambio contextual. De allí la necesidad de evidenciar, a partir del uso, las características actuales de los tipos de textos surgidos en una época signada por los avances tecnológicos.

Los textos en el contexto contemporáneo

La imagen, la sonoridad, el tacto y la velocidad son los elementos característicos de los lenguajes emergentes. En efecto, el entorno natural en el que crecen las nuevas generaciones es el del lenguaje de la televisión, los juegos por computador, los videos, la telefonía móvil y la Internet. Por tanto, sus percepciones son distintas respecto a las TIC: entran y se manejan con enorme facilidad frente a la complejidad de las redes informáticas; en muchos casos, se acercan sin intermediarios, e incluso sin conocimientos previos, a nuevos programas y experiencias de comunicación e intercambios en red. Mientras la mayoría de los jóvenes goza en estos ambientes, muchos adultos sufren de inhabilidad ante la avalancha tecnológica. Mientras los jóvenes cibernéticos e icónicos se mueven entre renovados amores y odios con interlocutores más allá de sus fronteras geográficas, muchos adultos se quedan rezagados en la estrechez de la provincia.

Estos jóvenes, inmersos en una época caracterizada por el despliegue tecnológico, han desarrollado distintas competencias para la comunicación simbólica e interactiva, hecho que se pone de manifiesto en los nuevos lenguajes que desarrollan, donde los iconos desempeñan un papel crucial. Tal como lo hemos manifestado desde nuestro proyecto, la competencia comunicativa de nuestros jóvenes se nutre

de reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas aprehendidas en los mensajes publicitarios y en la necesidad de responder a la velocidad de los medios; de metáforas contenidas en los grafitis, en las canciones populares o en la poesía roquera; de signos y símbolos que pueblan los espacios públicos (Muñoz, Asqueta & Casco, 2011).

Este grupo social ha iniciado procesos cognoscitivos con la lectura en nuevos soportes y la imagen audiovisual que modela sus formas de conocimiento. Ellos han crecido aprendiendo a textualizar con los juegos de rol; a comprender las relaciones humanas con las telenovelas y los *reality shows*; a restablecer las estructuras conversacionales mediante el *chat* y el correo electrónico; a leer mediante la dinámica del hipertexto, a escribir en y para la red; a acceder a la información mediante mecanismos que interpelan los procesos tradicionales de búsqueda y construcción del conocimiento; y a utilizar términos de otras lenguas o a españolizarlas sin atender al diccionario y la ortografía. Es en este escenario donde los jóvenes han encontrado nuevas formas de acceso a la lectura y la escritura, y donde, dadas las características de estas, entran en conflicto con las exigencias académicas.

En este marco, características como la inmediatez de la construcción textual, la rapidez que exige el mensaje electrónico y el uso generalizado de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por parte de los estudiantes, han planteado la necesidad de considerar los tipos textuales y las normas que surgen de lenguajes cuya lógica se fundamenta en la hipertextualidad, la discursividad fragmentada y la interconectividad-interactividad. Sobre la base de estos referentes, interesa caracterizar los tipos de textos derivados de los lenguajes contextuales y las tecnologías de la información y la comunicación; al igual que determinar los principales códigos y características de orden sintáctico, semántico y pragmático que subyacen en estos textos.

Las apreciaciones de los estudiantes

Para evidenciar las características del código que opera en la lectura contextual y las TIC se realizó una encuesta a 25% de los

estudiantes que han cursado la mitad de sus respectivas carreras, tanto tecnológicas como de pregrado, en una de las universidades del convenio: la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. El instrumento se aplicó a esta población porque se considera que, en la mitad de su carrera, el estudiante ha tenido la posibilidad de cursar componentes temáticos relacionados con la informática, reconoce su funcionalidad y, posiblemente, puede ofrecer información relevante para la caracterización de los tipos textuales.

A la pregunta 1 de la encuesta, relacionada con el acceso a las TIC y otros medios de comunicación por parte de los estudiantes, 97% de los encuestados manifestó tener acceso a computador, celular y, en general, a una conexión a internet, básica para las interacciones en la red. El contacto con las TIC lleva, lógicamente, al uso y consumo de una serie de medios o mecanismos de comunicación, necesarios para estas prácticas. Aún con la masificación de las TIC, leer y escribir se señalan como acciones centrales para los estudiantes. Así entonces, habría que preguntar en qué formatos leen y escriben mayoritariamente, habida cuenta de que, junto a estas actividades que realizan con mayor frecuencia, aparecen muy cerca el chat y el *blog*: de 151 estudiantes encuestados, 127 chatean y 125 *bloguean*.

Los lugares de contacto de los estudiantes con las TIC —y en particular con las redes sociales que se mencionan en la encuesta (Twitter, chat, blog e internet) — son la casa (el hogar) y la universidad. Estos datos confirman el acceso general a las TIC por parte de los nativos digitales y la naturalidad con la que se acercan a los dispositivos que conllevan la comunicación virtual y, en general, las tecnologías de base electrónica. De hecho, los componentes temáticos de informática son obligatorios en los planes de estudio de todos los programas, por el lugar que ocupan en el acceso descentralizado a la información y la ayuda que brindan como lugar de elaboración de trabajos académicos en el ámbito universitario. Igualmente, el tiempo que los estudiantes dedican a estas actividades es importante: escribir correo electrónico, chatear, tuitear y participar en foros virtuales puede ocupar hasta 10 horas de su tiempo en la red. Sin embargo, otras tecnologías que quizás puedan resultar

lejanas con respecto a las novedades que presentan estas actividades, como mirar televisión y escuchar radio, que actualizan la imagen y la voz con sus códigos, también tienen su lugar en la jornada de trabajo de los encuestados.

En síntesis, los resultados anteriores nos ubican el contexto de los nativos digitales, quienes se han formado en una época en la que las prácticas de la lectura y la escritura no se reducen al libro o al texto lineal, sino que tienen que ver con géneros que imponen restricciones y estilos particulares. En otras palabras, su entorno natural es el lenguaje de la televisión, los juegos de video, la telefonía móvil, y la internet, razón por la cual sus percepciones y lecturas son distintas frente a otras generaciones. 90% de los estudiantes dedican entre 6 y 8 horas diarias a navegar en internet: acceden a servicios entre los cuales leer, escribir y chatear ocupan los primeros lugares.

En este contexto, para el análisis de los tipos de textos, derivados de las tecnologías de base electrónica, se tuvo en cuenta la definición de género que, de acuerdo con Swales (1990, p. 58) hace relación a los rasgos o características que presenta un texto de acuerdo con la tradición, los propósitos y metas compartidas y las particularidades que le aporta el autor. En otras palabras, para dotar el texto de significación, los autores asumen parámetros o convenciones específicas que se crean, se formulan y se reproducen en las comunidades discursivas. Y son estas convenciones —el código— las que coadyuvan a la definición de los tipos textuales.

Así, en los géneros electrónicos se producen varios tipos de textos que comparten rasgos contextuales, como la organización de los interlocutores y sus roles, los propósitos y el contacto intercultural. Las prácticas comunicativas se alteran con el acceso a comunidades virtuales, pues se desdibujan los límites impuestos por las fronteras geográficas. Precisamente, en la red se establecen contactos y se desarrollan relaciones interpersonales que en la dinámica de las tecnologías muchas veces cumplen de forma rápida el ciclo "nacer, crecer, reproducirse y morir". La pregunta 9 hace alusión a la conformación de las comunidades en la red, en su mayoría conformadas por hasta 10 personas.

El funcionamiento de estas comunidades se puede apreciar, además, con la pregunta 10, la cual se orienta a obtener información sobre los contactos de los estudiantes en la red y el apoyo que pueden brindar en los aspectos académico, profesional, laboral, afectivo, político, religioso, social y cultural. Los ámbitos académicos y social ocupan el primero y segundo lugares, seguidos de la actualización en lo profesional, laboral y afectivo. De estos resultados se infiere que la posibilidad de entrar en las redes y establecer contacto con otros no solo genera relaciones afectivas y emocionales; además de ello, para 128 de los 151 encuestados significa la apertura en el tema académico.

De esta forma se hace evidente el papel que juegan los programas virtuales en el contacto entre profesores y estudiantes, y la posibilidad que ofrecen las redes (76%) de mantener el diálogo en términos académicos. De igual forma, en los resultados obtenidos se percibe que 58,9% de los estudiantes se relaciona con profesionales, quizás porque consideran que la conexión con ellos es importante en términos de compartir información relevante para su formación; mientras que 27,1% se relacionan con amigos y 23% con compañeros de semestre.

Junto al estudio de los rasgos contextuales, es necesario agrupar los textos de procedencia electrónica de acuerdo con los roles de los usuarios; las formas de construcción de la identidad a partir de la imagen, el apodo y el nombre; la apertura a la pluriculturalidad, que permite infinidad de contactos entre interlocutores de comunidades distantes y de diferentes razas, ideologías y religiones; y la adopción de formas de cortesía o reglas de comportamiento para mantener el canal abierto al igual que la adaptación a un objeto cognitivo, que a diferencia del papel, es de carácter intangible.

En el caso del correo electrónico, por ejemplo, es posible escribir personalmente, a través de una pantalla, a quien se desee; no obstante, esto no obliga al otro a responder. Se está obligado, además, a seguir ciertas instrucciones: ingresar por el "inicio" con una contraseña y, así mismo, salir; desconocer las convenciones equivale a dejar la puerta abierta al "pirata". El manejo de este lenguaje, altamente significativo,

se hace cotidiano entre la comunidad académica. A su turno, es posible analizar la relevancia de los contenidos que se ponen en juego en los géneros surgidos con la tecnología mediante la pregunta 6, en la cual se enfatiza en los elementos de la situación comunicativa: emisor, receptor, canal, código y mensaje. Con estos datos se muestra la importancia que cobra la acentuación en la actitud del usuario, el énfasis en la imagen, la empatía con el interlocutor, la valoración de la situación comunicativa, la necesidad de la autorregulación del discurso, la adecuación al medio.

En cuanto a la funcionalidad de las redes y la necesidad del conocimiento y uso adecuado de estos programas y tecnologías por parte de los jóvenes y la academia, las preguntas 5 y 11 ofrecen interesantes resultados, pues entrar la red implica cumplir con prootocolos y rituales, códigos de identidad y manejo de programas que están diseñados de tal forma que sea necesario entrar paso a paso para que funcionen correctamente; esto no se puede evadir, pues el usuario corre el peligro de quedar desconectado. Así mismo, los estudiantes muestran cómo los programas del tipo Moodle, PowerPoint y Excel son importantes en el proceso académico. Llama la atención la constante alusión al chat como posibilidad de encontrar en contacto con otras personas a fin de hallar soluciones para temas relacionados con las tareas académicas, como se muestra en la tabla de la pregunta 11.

Además de estos rasgos, que se denominan contextuales, en la encuesta se tuvieron en cuenta los rasgos discursivos propios de los textos electrónicos que, de acuerdo con el propósito, utilizan una estructura, una gramática y un léxico específicos. La hipertextualidad, característica de los textos electrónicos, se traduce en enlaces proactivos, inmediatos, adecuados a los contenidos que interesan al lector y facilitadores del contacto con otras voces que se pueden reproducir de forma automática. De igual modo, la inmediatez, la brevedad y la espontaneidad traen consecuencias para las posibles clasificaciones de los textos.

Por ejemplo, la diferenciación entre los textos que corresponden a los llamados géneros sincrónicos (interacción en tiempo real como el

chat o los juegos de rol), asincrónicos (interlocutores escriben y leen en momentos diferentes, como en el correo electrónico, los foros o la Web) o los híbridos que combinan particularidades de los dos anteriores, tales como la mensajería instantánea, el chat con cámara de video, las videoconferencias o los blogs. La eliminación de las distancias entre la oralidad y escritura, el funcionamiento de los turnos, la expresión de emociones y sentimientos mediante emoticonos, la relajación ortotipográfica con el uso de símbolos matemáticos, la exclusión de tildes, el manejo de signos de puntuación, la reiteración de léxico nuevo y el acortamiento de palabras se constituyen en elementos básicos que se configuran con las prácticas comunicativas electrónicas.

En este sentido, las preguntas 7 y 8 de la encuesta, por ejemplo, muestran estas variables con la inclusión de signos como O.K., Zip, Nop, T.Q.M., buenas, Hummm, ja, =mente, ¡!!, entre otros, sin contar con el léxico que se instaura con el uso de los instrumentos que hacen a la Web, a los cuales se alude en los cuadros sobre redes sociales y tipos textuales. Por ello, los textos de base electrónica con sus representaciones no son solo verbales-auditivos sino también verbales-visuales (ideográficos) o estrictamente visuales (iconográficos). De allí la importancia de reivindicar los aportes de la semiótica en el acto educativo, como posibilidad de acceder a la interpretación y decodificación de los signos, con el significado que adquieren y se actualiza en las interacciones sociales.

Rasgos de los textos en el contexto de las TIC

Para establecer los rasgos de los tipos textuales surgidos en el contexto de las TIC es preciso recordar que existe una serie de parámetros, funciones, recursos lingüísticos y roles de autor y de lector que determinan la pertenencia de un grupo de textos a un género. En el caso de los textos surgidos de las TIC, consideramos indispensable plantear, al menos, nueve rasgos que presentan a nivel general para su inclusión en una clase.

En primer lugar, se debe pensar en la denominación que reciben los textos producidos en la red y el lenguaje que instauran con su irrupción el chat, Facebook, el blog y Twitter, entre otros. En segundo lugar, es pertinente reseñar el ámbito donde se socializan dichos textos, sus circunstancias particulares y su recurrencia. Recuérdese que nos enfrentamos a textos que aparecen en una pantalla, los cuales pueden ser leídos en la casa, en la universidad o en un café internet, como lo señalan los estudiantes en las encuestas.

En tercera instancia, se requiere el análisis de la función del texto, su relación con otros y las normas o la tradición que los determinan. De hecho, en algunos trabajos (Muñoz, 2010; Muñoz & Asqueta, 2011; Asqueta, Muñoz & Casco, 2007), hemos destacado cómo las tecnologías de la palabra que se instauran con el advenimiento de la era electrónica son producto de una tradición que se remonta a la escritura. Así, con base en los estudios de Ong (1982), hemos corroborado que la escritura es la primera y la más revolucionaria de las tecnologías de la palabra; las otras dos, la imprenta y el uso de los computadores, solo continuarían lo que la escritura inició. Hoy, se sabe que las tecnologías de base electrónica implican otra revolución equiparable a la de la escritura. Cabe decir, por ejemplo, que en las prácticas comunicativas del chat y del correo electrónico se amalgaman rasgos de oralidad y escritura.

En cuarto lugar, es necesario determinar cómo se da la autoría: quién escribe, cómo se autodetermina, cómo firma o se presenta. Los apodos o frases que identifican en las redes sociales a los usuarios cobran aquí especial importancia. Además, en esta autoría aparecen las opiniones personales, las cuales adquieren relevancia para el contacto. En el correo electrónico, por ejemplo, se construye una identidad virtual: en términos de Goffman (1989), la cara se configura con una fórmula; somos, en otras palabras, el apodo, el perfil que elegimos.

En quinto término, la audiencia a la que se dirige el mensaje es muy importante. En el caso del blog o de Twitter se establecen condiciones de tratamiento personal o impersonal, acordes con las reacciones o comportamientos predeterminados. En algunos casos, el escrito

electrónico es abierto, admite actualizaciones continuadas; es versátil; permite diversificación de itinerarios de lectura; facilita estar interco nectado; y resulta especialmente significativo por las posibilidades interpretativas que admite.

En sexto lugar, uno de los rasgos esenciales de los textos producto de las TIC es la forma como presentan el contenido o mensaje. Este se puede estudiar con el examen del límite en las palabras que se imponen o no, la adición de fotos, símbolos matemáticos, cifras, dibujos y gráficas, y las normas que determinan las representaciones de unos y otros.

En séptimo lugar, es preciso fijar la atención en la estructura de los textos: qué partes la componen y su jerarquización. En el correo electrónico hay un lugar para la dirección del destinatario, un asunto y un espacio para el mensaje. A nivel general, se asiste en las redes a la estructura básica del hipertexto: numerosos fragmentos se conectan entre sí, formando una especie de telaraña.

En octavo lugar, el estilo el cual hace referencia al grado de formalidad que tienen los textos surgidos de las TIC y que de alguna manera permiten inferir la imagen del autor del discurso. Qué tipo de palabras usan, cuáles símbolos introducen y qué formularios y manuales crean para su interpretación. Como se ha analizado en las encuestas, en el chat, los foros y los blogs hay símbolos como los emoticonos, los cuales conforman una especie de diccionario convencionalizado por parte de los usuarios. Además, el contacto entre los miembros de una cibercomunidad genera formas de comunicación que implican un intercambio de jerga: “sip”, “nop”, “OK”.

En noveno lugar se encuentra la capacidad dialógica de los textos producto de las Web. Aquí se hace referencia al modo en que se inserta la alusión a otros autores; a la forma como se utiliza el estilo directo, indirecto o la mezcla de los anteriores para transmitir el mensaje; y al modo en que aparecen recursos como el rumor o habladuría y el eco irónico en estos textos.

A modo de conclusión: tipos textuales en época de TIC

Con estos elementos, puede decirse que los estudiantes son sujetos que tienden hacia las nuevas formas y, del mismo modo, hacia nuevas maneras de escribir. En ese sentido, se trata de repensar los rasgos que presentan: 1) los escritos "inmediatos" tales como los mensajes de correo electrónico y de texto a través del teléfono móvil, y los textos del chat; 2) los escritos interactivos propiamente dichos (producidos para participar en grupos de discusión, foros de debate, encuestas, correos de lectores); y 3), los escritos para formatos especiales como blogs, wikis, hiperficción o narrativa hipertextual.

Como se ha demostrado a partir de los fundamentos teóricos de la lingüística, la semiótica y el análisis de discurso expuestos en este informe, estas nuevas textualidades no solo interpelan los roles de lector y de autor; también comportan reacomodaciones al interior de las tradicionales distinciones oralidad-escritura, público-privado, creativo-multiplicativo y opinión-argumentación. Y son precisamente estos datos en los que hoy se debe profundizar para determinar las reglas que subyacen en estas nuevas formas de conocer, aprender, pensar, leer y escribir de los jóvenes.

Referencias

Asqueta, M., Muñoz, C., y Casco, M. (2007). Los estudiantes universitarios y los discursos. La posibilidad de una neogramática. *Mediaciones, 7*, 27-41.

Klinkenberg, J. (2006). *Manual de semiótica general.* Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Van Dijk, T. (1980). *Estructuras y funciones del discurso.* México D. F.: Siglo XXI.

SEGUNDA PARTE

Semiótica y artes

El artista no utiliza los ojos con el propósito de manejar la pintura, sino que maneja la pintura con el propósito de crear una imagen visible, ya que es la imagen y no la pintura la que constituye la obra de arte. (Rudolf Arnheim, 1970. Arte y percepción visual).

Figura 2 El matrimonio Arnolfini (Van Eyck, 1434)

Fuente: https://audraarr.com/2016/03/27/art-history-jan-van-eyck/.

LA SEMIOSIS PLÁSTICA: DE LA VISIÓN ESTRUCTURAL A LA VISIÓN COGNITIVA

César Augusto Díaz Roa
cesara.diazr@utadeo.edu.co
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Introducción

El siguiente argumento surge de dos inquietudes que hemos resuelto solo parcialmente en investigaciones anteriores. En primer lugar, tiene que ver con los modos en que los medios de presentación del cine, o en general su "tecnología", pueden influir en la atribución de sentido a este tipo de mensajes. En un sentido muy básico, comenzamos a explorar cómo aspectos como el tamaño de una pantalla, su forma, la diferencia entre el cine y el video, el color y el blanco y negro, resolución estándar o HD, etc., que habitualmente no entran en nuestra esfera de atención mientras vemos una película, pueden llegar a volverse significativos y aportar algún sentido a la película en un examen más

consciente. Esta inquietud se resolvió parcialmente en una investigación anterior sobre la fotografía cinematográfica (Díaz, 2011), que articulaba el movimiento al modelo general de descodificación visual, así como al modelo de signo plástico del *Tratado del signo visual* del Grupo μ. Los resultados más relevantes de esta primera exploración se presentaron en la versión anterior del congreso que dio origen a esta publicación; y pese a que mi postura de entonces respecto a la cognición ahora me parece conservadora, por razones documentales estamos preparando su publicación con la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Si bien este planteamiento anterior intentaba resolver las diferencias que puede haber en la atribución de sentido a la imagen cinematográfica en función de la elección de medios de presentación visual, no solo segmentaba el mensaje cinematográfico en sus componentes modales y privilegiaba al más evidente de ellos[1]; sino que además dejaba "en la sombra" otro conjunto de aspectos tecnológicos igualmente relevante para la experiencia fílmica y su construcción y atribución de sentido: el sonido. Así que, a continuación, surgió una pregunta: haciendo una analogía gruesa, ¿podría la misma aproximación teórica con que habíamos abordado la imagen visual, permitirnos explorar el sonido? Es decir, ¿es posible hacer una plástica del sonido?

Aún estamos en el proceso de responder la pregunta anterior, pero como un avance de esta respuesta, las palabras que siguen constituyen una vuelta atrás, una revisión de lo que en primer lugar entendemos por *semiosis plástica*; y no solo deben responder nuestra pregunta anterior, sino que al hacerlo afirmativamente permiten extender el análisis plástico a otras formas de expresión no visuales o no auditivas. Así entonces, se comenzará por dar un vistazo a la noción general de *plástica*, antes de ver cómo se incorpora esta noción a la semiótica.

[1] No experimentamos o procesamos la información de una película "por componentes", sino integrada en la disposición perceptiva que Chion (2005, p. 11) ha denominado *audiovisión*. El psicólogo Stephen Handel (2006) ha dicho al respecto que "la percepción, con muy contadas excepciones, involucra hacer inferencias y tomar decisiones basados en información que proviene de diferentes modalidades [sensoriales] simultáneamente" (p. vii).

Artes plásticas y semiosis plástica

Vinculado desde su origen a lo material, el término *plástico* (del griego *plastikos*, derivado de *plassein*, modelar o dar forma) se incorporó al inglés alrededor de 1630 como adjetivo referido a las artes. En el siglo XVIII se utilizó para referirse a materiales; y su uso para referirse a procedimientos quirúrgicos data de principios del siglo XIX. En español, el adjetivo *plástico* se incorporó al final del siglo XVIII. El uso en las artes se refiere de manera particular a aquellas en las que se da forma a algún material mediante moldeado, pero de manera más general también se refiere al conjunto de las artes visuales. Es en este último sentido en que se encuentra el término a mediados del siglo pasado, cuando Etienne Souriau (1949) caracterizó como *artes plásticas* al diseño, la pintura, la escultura, la arquitectura y las "artes menores", en oposición a las artes "fonéticas" (música y poesía) y las artes cinemáticas (la danza y el cine)[2].

Este término encontró su lugar en la semiótica para tratar de explicar problemas de significación en el campo de las artes, aunque no problemas generales, sino más bien relativos a la "materialidad del significante" visual o espacial, como en el caso de la pintura generalmente denominada *abstracta*, cuya descripción teórica no debería depender en principio de la semiótica figurativa, aunque pueda depender un poco más —como diría un *greimasiano*— de la *semiótica del mundo natural*. En este sentido, la semiótica *plástica* se opone a la semiótica *figurativa* más o menos del modo en que el trabajo de Piet Mondrian se opone al de René Magritte.

[2] Hemos visto en nuestra revisión que tanto en inglés como en francés, lo que se denomina *artes plásticas* tiene como denominador común a Kant. En efecto, los términos *arts plastiques* y *arts visuels* del francés (Le Grand Robert), así como *plastic arts* y *fine arts* en inglés (Oxford Dictionary), serían traducciones aproximadas de la noción kantiana de *bildenden Künste* (de la *Crítica del juicio*, de 1790), que a su vez comprende a la escultura y la arquitectura por una parte, y por otra a la pintura; y que se opone a las *redenden Künste* o artes de la palabra, que comprenderían la elocuencia y la poesía (Château, 2003; Château, 2010 para la historia filosófica del concepto; así como Souriau, 1949, para una crítica de la distinción derivada de Kant que privó de temporalidad a las artes plásticas).

Hay quizás dos precisiones adicionales que deben hacerse en relación con el tipo de objetos y fenómenos que se deben diferenciar y describir mediante estas nociones: En el *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje* (vol. 2), Jean-Marie Floch sugiere en su entrada *semiótica plástica* que: "(...) no se debería asimilar la plástica a lo pictórico o a lo visual, es decir, a una técnica de producción o a un canal sensorial" (Courtés & Greimas, 1991, p. 192); y en el mismo *Diccionario*, el autor precisaría que

> [...] En el estado actual de la investigación, se puede decir que la semiótica plástica es un lenguaje segundo elaborado a partir de la dimensión figurativa de un primer lenguaje, visual o no, o a partir del significante visual de la semiótica del mundo natural (Courtés & Greimas, 1991, p. 192).

Desafortunadamente, pese a la oposición explícita entre lo visual y lo no visual, así como a la apertura de lo plástico a otras formas y "canales" sensoriales, el proyecto greimasiano del que Floch es heredero nunca sobrepasa su estado incipiente a este respecto; es decir, nunca deja de dar primacía a lo visual ni para sus definiciones ni para sus aplicaciones, ni especifica a qué se refiere con "lenguajes" o con canales sensoriales no visuales. Por otra parte, tampoco especifica por qué la semiótica plástica se subordina a la semiótica figurativa, o de otro modo, qué determina su estatuto de "lenguaje segundo". Estos problemas pueden depender de la decisión anterior de Greimas (1984) de encuadrar la descripción del significante plástico dentro de las *semióticas planarias* (*Diccionario*, pp. 306-307), que a su vez hacen parte de las semióticas visuales[3].

Tiempo después, a pesar del esfuerzo del Groupe μ para alejarse de esta tradición y proponer una semiótica más "cognitiva", en el *Tratado*

[3] En nuestra opinión, el alcance de la noción de semiótica plástica en Floch se limita demasiado, porque solo sirve de marco para el desarrollo y aplicación posterior de la noción de *semiótica semisimbólica*, que correlaciona rígidamente categorías que dependen a la vez del plano de la expresión y del plano del contenido. Con un poco más de cautela, el Grupo μ trata el sistema significado de su semiosis plástica a partir de una lógica más difusa, por una parte, y por otra, ancla su semiosis plástica al enunciado, y ya no al *recorrido generativo* anterior a este.

del signo visual (1992) la significación plástica se elabora siguiendo la misma línea:

> En más de una ocasión hemos contrapuesto signo icónico y signo plástico. Esta última noción es necesaria para desarrollar una retórica de la representación visual que no se limite a la figuración, sino que pueda hacerse cargo de lo no figurativo, es decir, no solamente de lo que el arte del siglo XX ha producido en este aspecto, sino también –enumerándolas en desorden– de los pomos de las vidrieras cistercienses, de los almocárabes de las estampas irlandesas, de las obras de damas en macramé, etc. (Groupe μ, 1992, p. 167).

No obstante, de manera ambigua, puesta en perspectiva, la noción de los belgas de *signo plástico* intenta recuperar para la semiótica aspectos claves de la percepción misma del medio de representación al codificar, por ejemplo, aspectos de este como la *materia* y la *manera* como determinantes de la *textura*. Por otra parte, pese a la agenda del Grupo μ en relación con la pintura, en este apartado en particular intentan ampliar los límites de su reflexión a objetos visuales no pictóricos no necesariamente producidos en el siglo XX. Después de todo, aunque la reflexión propiamente dicha sobre el arte abstracto se ubica entre el siglo XIX y el siglo XX, su producción, particularmente pictórica, abarca la historia completa del arte.

Sin embargo, al menos en principio, este signo plástico es concebido, en primer lugar, en oposición al *signo icónico,* porque en el contexto de las artes visuales se opondría a lo figurativo; y por ello, en segundo lugar se define de acuerdo a criterios visuales. Por esta razón es difícil establecer con claridad si lo plástico aparece aquí para explicar un cierto tipo de fenómenos de semiosis visual; o si, de modo más sistemático, pretende explicar un espectro más amplio de fenómenos de semiosis, algunos de cuyos casos serían visuales. Nos inclinamos a ver la propuesta de los belgas de esta última manera, debido a las observaciones de carácter general sobre la significación (esto es, no específicamente visuales) como aquella en la que separan lo que para la percepción constituye o no signos. Así, constatan:

> [...] a) que del universo (objetos naturales o artefactos) nos llegan estímulos;
>
> b) que de entre esos estímulos, algunos pueden tener el estatuto de signos desde el momento en que (b^1) los hagamos entrar en un análisis en el que son descalificados como objetos autónomos, y (b^2) que valgan por su función de remisión a lo que no son.
>
> En este esquema, ¿dónde se sitúa lo plástico? Frecuentemente aquello que es denominado así es tan pronto una descripción física de los estímulos (nivel a), como un verdadero signo (nivel b). Ahora bien, el que un fenómeno sea descriptible físicamente no significa necesariamente que posea una función semiótica, mientras que, al contrario, es imposible concebir un proceso semiótico que no esté basado de antemano en un substrato sensorial (Groupe μ, 1992, p. 168).

De esta manera, el Groupe μ incluso afirma que "hemos establecido un tabú ante lo plástico en lingüística" (p. 161), lo que en este contexto equivale a decir que lo plástico tendría que ver con la manifestación oral (léase, de carácter acústico), de la lengua. Esto último hace pensar que Groupe μ considera tanto lo icónico como lo plástico desde una perspectiva más abierta que la de lo visual, aunque nunca especifiquen afirmativamente qué otros tipos de fenómenos (más allá de lo lingüístico, en cuanto a lo que tampoco son precisos) se pueden considerar de un modo o del otro. En otras palabras, solucionan un problema extensible a la semiótica general en términos de una semiótica particular, aunque parecen tener en cuenta la posibilidad de hablar de lo plástico para lo no visual.

Por otra parte, con respecto al "estatuto segundo" de lo plástico en relación con lo icónico, la propuesta del Groupe μ (1992) se adhiere a esta idea greimasiana, lo cual se hace patente en los casos en los que hay concomitancia de ambas formas de significación: "en efecto, cuando se describe el proceso de identificación de un tipo icónico, se alega la percepción de una manifestación plástica, pero este significante plástico

es solo potencial: tiende a borrarse en provecho del iconismo" (p. 311)[4]. Sin embargo, nunca se explica cómo ocurre esta "tendencia" a borrarse de lo plástico[5], ni se explica cabalmente cómo ese "borrado" puede no ser total sino parcial, aunque esto último parece ser necesario para una retórica iconoplástica.

Finalmente, hay un aspecto de esta propuesta que nos parece rescatable, pese a sus fundamentos relativamente ambiguos: el signo plástico puede *remitir* a un medio, significándolo. Por ejemplo, en relación con la textura:

> [...] los efectos resultantes ("desorden", "potencia" se organizan alrededor del significado "materia", mientras que, en el extremo opuesto, un resultado liso (pantalla de televisión, icono bajo el vidrio, papel mate de fotografía, etc.) afirma la preeminencia del plano-soporte, es decir de la bidimensionalidad, y por eso, **remite a la pictoricidad** (p. 187, énfasis propio).

En la imagen visual se pueden encontrar ejemplos significativos en otros órdenes diferentes de la textura[6], pero ejemplos similares se pueden encontrar para otros tipos de mensajes no visuales. Lo resulta de interés radica precisamente en que este último aspecto de la teoría es consistente con un rasgo básico de nuestra experiencia de cualquier tipo de mensaje: incluso en el caso de medios inmersivos como el

[4] En los casos en los que no hay figuratividad, simplemente impera la semiosis plástica.

[5] Por ejemplo, en términos atencionales, o en términos de diferencias enciclopédicas entre receptores (competencia), o en términos del modelo mismo de descodificación visual, que resulta impreciso para diferenciar formas, colores y texturas representadas de formas, colores y texturas percibidas, etc.

[6] Por ejemplo, dada la diferencia que presentan en su degradación los pigmentos de color que componen las emulsiones fotográficas, las fotografías tienden a presentar ciertos tipos de ruido asociados al medio, con absoluta independencia del contenido icónico del que puedan ser soporte. Algunos de estos ruidos, por otra parte, se han incorporado a las posibilidades de manipulación de la imagen que ofrecen programas como Adobe Photoshop o plataformas de redes sociales como Instagram, de modo que mediante la aplicación de filtros variados de textura o color, y sin alterar el contenido icónico de una imagen, es posible manipular su *sistema significante* para que remita a (o *signifique*) un medio material o un soporte diferente del signo, de modo que se puede hacer que una fotografía en color "parezca" una fotocopia, un dibujo al carbón o un mosaico.

cine Omnimax, o el QSound[-], seguimos experimentando nuestro propio cuerpo, así como nuestro entorno, lo que permite al menos un mínimo de consciencia del medio de presentación audiovisual **en tanto medio**. Esta consciencia es la base del efecto de ciertos tipos de mensajes en los que se emulan las características materiales de un medio de presentación mediante las características de otro medio. En cierto sentido, es la situación en que un medio no solo se usa para "representar" espacios, agentes, objetos, acciones, etc., sino que además se utiliza simultáneamente para "representar" a otro medio. Ese es el caso de los filtros de audio que permiten emular las características sonoras de un disco de vinilo en una grabación digital de alta resolución; o el caso de la pintura o el dibujo hiperrealistas, cuyo efecto de choque consiste en producir inicialmente la impresión de fotorrealismo, o la impresión de estar ante un soporte material diferente al que realmente se experimenta.

Hasta aquí, se tiene que:

- La noción de semiótica plástica se ha desarrollado preferencialmente en el dominio del análisis de mensajes visuales, pero en principio no tiene por qué limitarse a ellos.

- La semiótica plástica se ha entendido en oposición a la semiótica figurativa, y en ese sentido, subordinada a ella; aunque nunca se ha ofrecido una explicación sistemática de esta primacía de lo icónico.

Pero la noción de semiosis plástica es sobre todo eso: una noción. Y al explorar en otras disciplinas los problemas a los que responde hemos encontrado nociones que no corresponden exactamente con ella, pero al menos ofrecen respuestas a algunos de sus aspectos. Por ejemplo, la estética tradicional aborda este asunto cada vez que regresa a la

[-] Esta última patente de "sonido tridimensional" se hizo famosa en 1996 con el célebre clip de audio "Virtual Barbershop", disponible en el website de la compañía: http://www.qsound.com/demos/binaural-audio.htm.

pregunta por la importancia del medio en la experiencia estética y el arte; y establece como determinante de esta discusión la consciencia del medio o *medium awareness*. Por ejemplo, al comparar la fotografía y el cine en este respecto, Richard Allen (1993) dice: "Sostengo que el espectador en el cine puede ser un espectador consciente del medio, y aun así experimentar el cine como ilusión" (p. 22).

Sin embargo, pese a que la noción de consciencia del medio se ha empleado para explicar que se puede atribuir sentido a una imagen figurativa sin caer en la trampa de considerarla real, constituye un *resultado* de la percepción y la cognición, pero el detalle de los procesos que explicarían cómo se da este resultado se dejan en manos de la psicología. De modo similar, los estudios fílmicos han respondido al asunto de la consciencia del medio, elaborándola como parte esencial de la noción de *estilo* en la teoría neoformalista de David Bordwell[8]. Allí, la línea divisoria entre la información sensorial significativa para efectos de la narración y aquella que no lo es, separa lo que se considera parte del estilo de lo que no. Pero no son propiamente los mecanismos perceptivos o cognitivos los que determinan esta selección, sino que más bien depende del repertorio de *esquemas* con los que un espectador particular cuenta para su reconstrucción del film. Depende de la competencia del espectador.

Así, si he visto documentales noticiosos de la Segunda Guerra Mundial, el monocromatismo de *La lista de Schindler* (Spielberg, 1993) no me va a sorprender como "ruido" en la imagen, sino que lo voy a juzgar como consistente con el periodo histórico en que se ubica la historia. Vistos así, los mecanismos de la consciencia del medio quedan nuevamente como una "caja negra" destinada a ser explorada por la psicología, y la teoría nos vuelve a recordar que podemos o no ser conscientes del medio y no solo de su "contenido", pero no explica cómo alcanzamos esta consciencia.

[8] Teoría cognitiva, aunque en un sentido algo diferente al del cognitivismo del Groupe μ.

Una de las vías más prometedoras que hemos encontrado para resolver este aspecto de las propuestas anteriores se encuentra en la estética visual del danés Torben Grodal (2009), cuya base es la arquitectura cerebral de su "flujo PECMA" (Percepción, Emoción, Cognición y Acción Motora). En esta arquitectura básica juegan papeles diferentes tanto la información almacenada en nuestra memoria (flujos *top-down*), como la información sensorial proveniente de la experiencia inmediata del entorno (flujos *bottom-up*).

Dada la arquitectura cerebral a cargo del procesamiento de información sensorial, los factores técnicos relativos al medio pueden cobrar importancia en el procesamiento inicial de la información visual, en la medida en que pueden guiar la atención en la captura de información visual relevante; pueden brindar claves al procesamiento posterior de la corteza asociativa a cargo del reconocimiento visual; y pueden aportar pistas al procesamiento de la corteza prefrontal, a cargo de la evaluación del estatus de realidad de la fuente de información sensorial. La actividad de los dos primeros niveles es fundamental en nuestra experiencia cotidiana para poder iniciar cursos de acción motora que nos protejan de factores del medio que identificamos como amenazas potenciales. Sin embargo, la evaluación del estatus de realidad de dicho factor puede inhibir esta respuesta motora, por lo que la actividad de la corteza prefrontal debe ser posterior al procesamiento visual inicial.

Este último tipo de actividad del cerebro es el que evita que salgamos corriendo del teatro cuando vemos *Life of Pi* (Lee, 2012): el procesamiento visual básico nos informa que vemos un tigre, pero el procesamiento posterior en la corteza prefrontal nos dice "pero es solo una película". Esta decisión de la corteza prefrontal reposa tanto en aspectos cognitivos superiores (y flujos *top-down* fuertemente apoyados en la memoria y el aprendizaje), como en pistas visuales que provienen del procesamiento visual básico, tales como forma, color y textura, que no son propias solamente del evento representado en el filme, sino que en buena medida dependen de la estructura de presentación del medio (flujos *bottom-up*).

La explicación básica de este flujo reposa en el procesamiento visual porque trata de explicar ante todo nuestra experiencia de los medios audiovisuales, pero para el enfoque bioculturalista evolutivo del flujo PECMA, la arquitectura de nuestro cerebro no ha respondido evolutivamente a nuestra experiencia del cine, la pintura o la fotografía, medios relativamente nuevos en nuestra historia evolutiva; sino a nuestra experiencia y acción en el mundo. Por ello, este procesamiento de información visual del flujo PECMA tiene en la práctica correlatos en otros sentidos igualmente necesarios para garantizar nuestra supervivencia en los entornos en los que hemos evolucionado como especie a lo largo de los últimos 100 mil años. Por ello, sus alcances se pueden extender potencialmente más allá de lo audiovisual, a campos como la escultura, la danza, etc.

A partir de un examen de los enfoques anteriores podemos proponer una visión más económica de la semiosis plástica: mientras experimentamos un mensaje, factores tales como la estructura de la percepción, la atención y la memoria nos permiten ser más o menos conscientes tanto del significado representacional o narrativo de dicho mensaje, como de su estructura material *en tanto mensaje*.

Referencias

Allen, R. (1993). Representation, Illusion and the Cinema. *Cinema Journal, 32(2),* 21-48.

Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción.* Barcelona: Paidós.

Château, D. (2003). *Plastique, ars plastiques, «bildenden Künste».* Recuperado el 1 de noviembre de 2014, de http://robert.bvdep.com/public/vep/Pages_HTML/SART2.HTM.

Château, D. (2010). Matière et signe: la plasticité sémiotique. En Constantini, M. (Dir.). *La sémiotique visuelle: nouveaux paradigmes* (pp. 233-244). París: L'Harmattan.

Chion, M. (2005). *La audiovisión*. Barcelona: Paidós.

Courtés, J., y Greimas, A. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

Díaz, C. (en prensa). *Granos, pixeles y otras cosas del* estilo. *Aspectos plásticos de la fotografía cinematográfica*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Grodal, T. (2009). *Embodied Visions: Evolution, Emotion, Culture and Film*. Nueva York: Oxford University Press.

Groupe μ. (1993). *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra.

Handel, S. (2006). *Perceptual Coherence. Hearing and Seeing*. Nueva York: Oxford University Press.

Souriau, E. (1949). Time in the Plastic Arts. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism, 7(4)*, 294-307.

EL INVENTARIO COMO OBJETO-TEXTO PRODUCTOR DE SENTIDO DE "LA OBRA" DE UN ARTISTA. EL CASO DE LA COLECCIÓN DEL PINTOR COLOMBIANO PEDRO NEL GÓMEZ[1]

Mary Luz Botero
mary.botero@udea.edu.co
Universidad de Antioquia

Introducción

El marco del Congreso que dio origen a esta publicación es quizás el más propicio para presentar mi reflexión sobre un objeto que, si bien participa en la configuración del sentido de las prácticas museales, ha ocupado siempre un lugar discreto. Me refiero al inventario artístico.

Desde una perspectiva semiótica, este documento se dividirá en cuatro partes. se precisará el punto de vista teórico que permite

[1] Esta ponencia forma parte del proyecto de investigación "Conservación y comunicación del inventario de la obra del artista Pedro Nel Gómez", realizado por su hija Clío Gómez Scalabarni entre los años 1984 y 2000, y perteneciente a la Fundación Casa Museo Maestro Pedro Nel Gómez (FCMMPNG). Por una valoración de las prácticas infraordinarias y de los actores sociales que construyen patrimonio cultural público. Primera fase", inscrito en el Sistema Universitario de Investigación de la Universidad de Antioquia (Colombia).

considerar el inventario como *objeto-texto* y pensar las "estrategias de significación" de los museos (Fabbri, 1996). Se resumirá el contexto de la vida y la obra del artista antioqueño Pedro Nel Gómez, así como el devenir de la casa-museo que conserva la mayoría de sus obras. Se hará referencia a algunos rasgos propios del mencionado inventario, haciendo hincapié en el formato que organiza su contenido y en el discurso sincrético escrito-visual que lo caracteriza. Y por último, se expondrán consideraciones propias sobre la necesidad de abordar estos objetos con un enfoque semiótico que permita valorarlos en tanto producción cultural susceptible de estudiarse como forma alternativa de escritura de la historia del arte colombiano.

Paolo Fabbri. Operaciones de semiotización en los museos

Inspirada en los aportes de Paolo Fabbri (1996), quien en varias ocasiones se ha dedicado a pensar la mediación museal[2], he podido abrirme a una comprensión semiótica del museo que pasa por reconocer tres asuntos que le dan su especificidad. Ellos son: la divulgación del saber, la construcción de valor y la producción de la sensación. Según el autor, un museo no es solamente un lugar que pone en evidencia y que hace saber. Al definirlo como un espacio "sincrético y sintético", Fabbri constata su poder de construcción y deconstrucción de valores a través de estrategias de *escritura* y de representación puestas en marcha. Desde esta perspectiva, es posible entrever lo que Jean Davallon (1992) denomina "la operatividad simbólica" de estas instituciones, que cobra vida en los procesos de resimbolización y desimbolización que allí se manifiestan.

En la medida en que el museo construye valor, afirmación que discuten los teóricos del arte que critican el carácter *arbitrario* del hecho

[2] Mi primer "encuentro" con Paolo Fabbri y sus reflexiones sobre el museo se dio a través de un artículo en francés titulado "Analyser le musée", publicado en las memorias del Coloquio Internacional organizado por l' Association Suisse de Sémiotique en Lausanne (Suiza) del 21 al 22 de abril de 1995.

artístico cuando es instituido, aparece el problema del *sentido* como asunto fundamental para pensar. Según Fabbri (2004), "El *sentido* es la cabeza de medusa con la que se encuentran todos los que tienen algún interés no sólo por el lenguaje, sino en general [...] por cualquier procedimiento de significación" (p. 18). El interés por comprender dichos procedimientos lleva a formular una hipótesis sobre la manera como el museo despliega ciertas *formas escriturales* menos visibles que los signos museográficos (el marco, la iluminación, el emplazamiento, las vitrinas, los pedestales, las fichas técnicas) pero igual de operativas desde el punto de vista simbólico al momento de asignar valor a aquello que por el hecho de estar *adentro* —conservado entre sus muros— deviene en *obra* u *objeto patrimonial*.

Entre esas formas que llamo "escriturales" está el inventario de las colecciones de un museo, el cual reviste una materialidad de *objeto-texto*, es decir, que visto desde la semiótica es un conjunto significante y no una simple cosa. De nuevo, Fabbri (2004) da pistas para entender este aspecto cuando prefiere pensar que "existen objetos, no cosas, y que las cosas, en tanto que formadas, dichas, expresadas, puestas en escena, representadas, son objetos, conjuntos orgánicos de formas y sustancias" (p. 41). El objeto que ocupa a esta reflexión —el inventario— está constituido por dos niveles: uno de organización expresiva y otro de organización del contenido, dimensión estratificada que conforma un sustrato tecnosemiótico capaz de significar y construir el valor de *la obra* o de *la colección*.

Pedro Nel Gómez y la herencia de su obra

Pedro Nel Gómez (Anorí, 1899 – Medellín, 1984) es uno de los principales artistas colombianos del siglo XX que legó considerables aportes estéticos. Su vocación por las artes, sus vínculos intelectuales, su talante de ingeniero y urbanista graduado en la Universidad Nacional, y su experiencia de vida y formación artística en Italia lo convirtieron en uno de los pintores latinoamericanos más representativos. Es

considerado uno de los grandes muralistas junto a Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco.

Dos años antes de llegar a Europa, viajó a Bogotá y frecuentó las tertulias literarias del Café Windsor, punto de encuentro de Ricardo Rendón, León de Greiff, Jorge Zalamea, José Eustasio Rivera, Rafael Maya, Eduardo Castillo, Francisco Antonio Cano, Luis Tejada, Pablo de la Cruz, Tomás Carrasquilla, Rafael Jaramillo Arango, José Restrepo Rivera, Antonio José Restrepo, Temístocles Vargas y César Uribe Piedrahíta, entre otros. En febrero de 1925 se radicó en Florencia (Italia), visitó museos y recorrió las ciudades vecinas para apreciar y estudiar las obras maestras del Renacimiento y el Barroco. Conoció la pintura veneciana y en 1928 participó en la Exposición Latinoamericana de Pintura, primera Exposición Internacional de Artistas de Centro y Suramérica, realizada en Roma, en la cual presentó 40 trabajos. En Florencia contrajo matrimonio con Giuliana Scalaberni, gran conocedora del arte y la literatura, quien se convirtió en permanente apoyo moral, estético y crítico.

Gómez regresó a Colombia en 1930. A partir de ese momento, desarrolló una intensa actividad académica, profesional y artística: fue docente en varias ocasiones del Instituto de Bellas Artes de Medellín (1930-1933) y profesor vinculado a la Escuela Nacional de Minas (1931-1981), lugar en el que participó en la creación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional de Colombia (sede Medellín). Desde 1934 hasta 1952 acompañó a la pintora Débora Arango, quien fuera por mucho tiempo su alumna. En su condición de ingeniero, participó en varios concursos públicos para la realización de grandes proyectos arquitectónicos y urbanísticos de la ciudad de Medellín, tales como el Cementerio Central (1933), el barrio Laureles (1939), la cooperativa de vivienda del barrio San Javier y el plano regulador de la ciudad.

Como artista, desarrolló una amplia y variada producción. Realizó cerca de 2.200 metros cuadrados de pintura mural *al fresco*. Entre 1935

y 1938 ejecutó los murales que decorarían algunas salas del Palacio Municipal de Medellín (hoy Museo de Antioquia). En julio de 1934 participó en el Salón Central del Capitolio de Bogotá, una muestra de 114 obras entre óleos y acuarelas. Seis años más tarde, expuso tres obras ("Lección de anatomía", "Autorretrato" y "La juerga") en el Primer Salón Anual de Artistas Colombianos.

> "La obra de Pedro Nel Gómez ha sido una de las más comentadas en periódicos y revistas locales y nacionales, tanto por el carácter innovador que supo dar a las técnicas utilizadas, por ejemplo, la acuarela como medio de expresión artística [y no un simple auxiliar de la arquitectura o de la pintura] y la introducción de la pintura mural al fresco en Colombia, como por los originales tratamientos temáticos y formales que supo imprimir a sus producciones.

Según Arango (2006), la trayectoria artística de Pedro Nel Gómez puede dividirse en cuatro periodos: formación (1899-1930); consolidación (1930-1941); madurez (1942-1968); y Periodo tardío (1969-1984).

Cerca de 2 mil acuarelas, dibujos, bocetos, óleos y proyectos arquitectónicos, así como algunas esculturas, conforman una obra consistente, de trascendencia para el arte y la cultura nacionales. Según Arango (2006),

> Un análisis acucioso y sistemático de su obra y de sus ideas puede revelar aspectos del proceso de construcción de una mentalidad moderna en Colombia, y reflejar en las imágenes episodios, temas y valores que hicieron parte de las preocupaciones sociales y estéticas de nuestra historia nacional y local, en el decurso de la primera mitad del siglo XX.

En la historia republicana y moderna del país se destaca por ser el primero en introducir la pintura mural al fresco, de colorido brillante, temática realista, monumental y mítica, diferente de la pintura mural del barroco colonial, exigua en recursos pictóricos. Con esta técnica pintó 40 murales en Medellín entre 1934 y 1984, hechos con ladrillo, cal apagada, arena de mármol, cabuya picada y pigmentos naturales.

Giuliana Scalaberni, esposa de Pedro Nel Gómez, motivó siempre al artista para que en lugar de comercializar su obra la conservara con miras a fundar un museo. Con esa intención se abrió el museo el 15 noviembre de 1975, en la casa que habitó el pintor y su familia desde 1936, ubicada en una colina del barrio Aranjuez que le recordaba a la señora Scalaberni su tierra natal florentina. Esta casa también fue el taller del maestro, así como un salón de reuniones que recibió a grandes artistas e intelectuales de la época.

Los miembros fundadores fueron, además de Pedro Nel, sus siete hijos vivos. La inauguración estuvo liderada por el entonces presidente Alfonso López Michelsen, quien otorgó al maestro la Cruz de Boyacá en grado de Oficial. Pasados los años, este museo se convirtió también en centro cultural de la comuna nororiental y punto de referencia de un sector popular que se urbanizó rápidamente y sufrió las dolorosas consecuencias de la guerra declarada por el cartel de Medellín las dos últimas décadas del siglo XX. Declarada Patrimonio Cultural de la Ciudad en 1983, Monumento Nacional en 1989 y Bien de Interés Cultural en 2004, la casa-museo pertenece actualmente a la Red Nacional de Museos de Colombia; alberga fondos artísticos conformados por 160 metros cuadrados de mural al fresco y 3.017 obras entre acuarelas, dibujos, bocetos, óleos, cartones de la obra mural, esculturas, proyectos, documentos, libros y fotografías, los cuales constituyen una de las colecciones de mayor riqueza en Colombia accesibles al público.

El inventario o la miniaturización de un universo complejo

A manera de chiste podría definirse el "inventario" como el arte de "inventar", pero no es así: la etimología de esta palabra hace referencia al latín *inventarĭum*: lista de lo hallado, catálogo de cosas. Según el *Diccionario de la Real Academia Española,* es "asiento de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o comunidad, hecho con orden y precisión" (Real Academia Española, 2014).

Cuando Clío Gómez Scalaberni, hija de Pedro Nel Gómez, asumió la dirección de la casa-museo en 1984, su primer gesto administrativo consistió en realizar un inventario de toda la obra de su padre, proceso que de alguna manera había comenzado años antes y se desarrollaba lentamente. Durante su gestión se inventariaron todas las obras mediante un trabajo artesanal que vinculó a varias personas. "Parecía un costurero", cuenta una de las mujeres que participó en esa labor y que seguía las indicaciones de Clío en una época en que la praxis museológica no tenía tantos lineamientos como ahora, y en la que era toda una novedad este tipo de registros exhaustivos.

El inventario de la obra del pintor Pedro Nel Gómez se compone de 3.017 fichas de papel cartulina tamaño carta diagramadas tanto en el anverso como en el reverso, así:

Figura 2.1 Anverso de una ficha de inventario

Fuente: adaptación fotográfica del autor

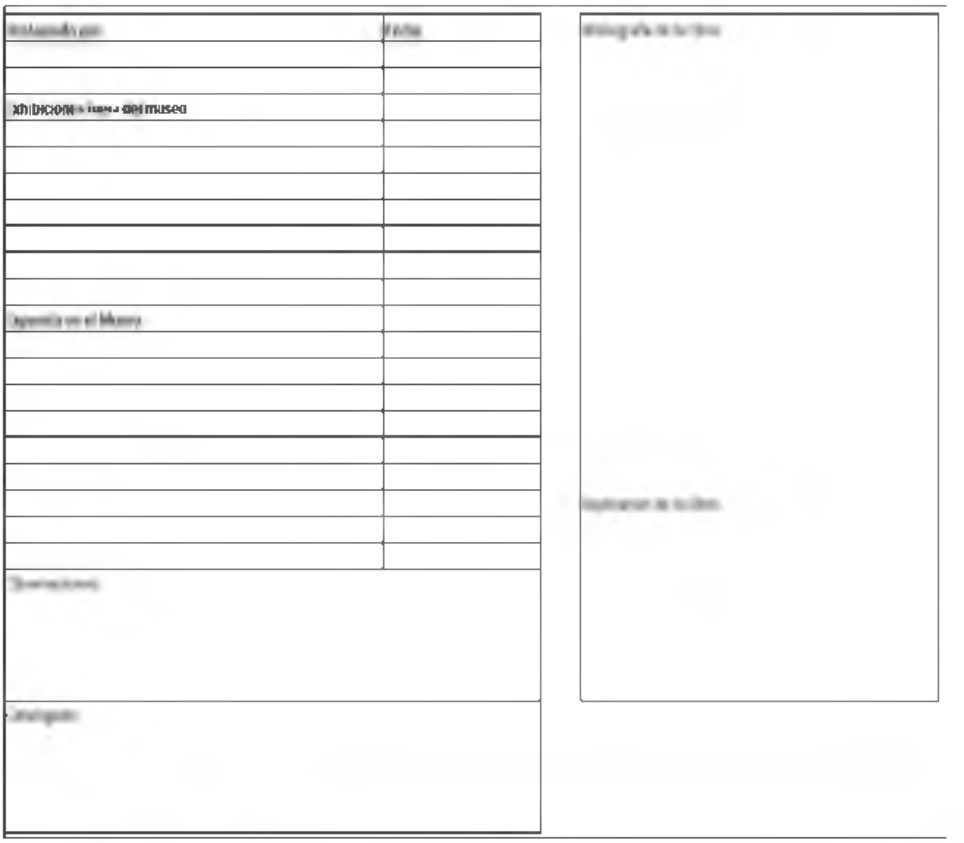


Figura 2.2 Reverso de una ficha de inventario

Fuente: adaptación fotográfica del autor

La información de cada ficha se consignó y se sigue consignando —porque el inventario actualmente presta su servicio documental— en letra mecanografiada y manuscrita. A partir de la ficha # 2263 desaparece la letra mecanografiada. Los campos no obedecieron a criterios eruditos, tales como las etapas de la trayectoria creativa del pintor ni a los estilos o las técnicas utilizadas, puesto que la iniciativa de hacer el inventario no provino de un experto en arte, ni de un historiador, ni de un archivista, ni de un museólogo: la hija del artista emprendió el trabajo movida más por los afectos y por el interés de administrar el legado de su padre, que por un saber *científico*. El número de inventario

asignado respondió a códigos asignados por el Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura). Así, al artista Pedro Nel Gómez le correspondía el número 3, a sus óleos el n.° 01, a sus acuarelas el n.° 02 y a sus dibujos el n.° 03, entre otros. En este intento por controlar una obra tan vasta y diversa, se quiso establecer una analogía en miniatura de toda la producción plástica del muralista antioqueño. Para ello, se echó mano de dos estrategias de representación: la fotografía y la descripción.

Cada pintura, terminada o solo esbozada, daba lugar a una ficha sobre la cual se pegaba una fotografía en papel. Hay fotos en blanco y negro, a color y en sepia. Al pie de cada una aparece el número de inventario marcado en un contador. Por ejemplo, en la primera ficha del inventario se puede ver la siguiente fotografía:

Figura 2.3 Fotografía del óleo sobre tela titulado "Leda y el cisne" (1968). Primera ficha del inventario (0.90.1000.1)

Fuente: adaptación del autor

Con la descripción siguiente: La ficha de este mural contiene la siguiente descripción:

> Gran escorzo de figura femenina, la cabeza en la parte inferior derecha del cuadro. Cabeza del cisne sobre el pecho y grandes alas que bordean el cuerpo femenino con la mano derecha coge el cuello del cisne y con la izquierda coge una gran pluma. Fondo oscuro y los cuerpos en color claro.

Es fácil deducir que, por medio de estas dos estrategias de representación, se buscaba valorar *la totalidad dispersa* de la obra de Pedro Nel Gómez. Como todo proceso de inventario, el rigor documental parece imponerse al comienzo. No obstante, a medida que aumenta la catalogación, ciertos campos dejan de diligenciarse con la precisión debida. Es el caso del campo titulado "Explicación de la Obra" que obedeció al deseo de Clío Gómez por recoger un testimonio oral del pintor. Así se constata en la "explicación" de la primera pintura inventariada que lleva por título "Leda y el cisne":

> Obra que pertenece a la colección del Descenso Cósmico de la vida a la tierra. Es un descenso nocturno con la estrella Júpiter en el firmamento oscuro, donde Zeus se transforma en cisne para poseer a la leda. Obra de la mitología griega en donde el Maestro hace sentir el abrazo amoroso de Zeus con sus inmensas alas que sugiere la venida del infinito cósmico.

Clío Gómez levantó un inventario de 2936 fichas. Las que se sumaron luego, que registran las 81 obras que aparecieron luego de que ella dejara de ser la directora del museo, carecen de fotografía y contienen muy poca información. En este proceso de construcción de la significación del legado del pintor Pedro Nel Gómez, cada cuadro, cartón, esbozo y raya fueron valorados por igual: como obras de arte. De este modo, en el inventario confluyeron desde simples trazos hasta las pinturas más cotizadas del artista antioqueño, incluso aquellas que fueron vendidas o robadas.

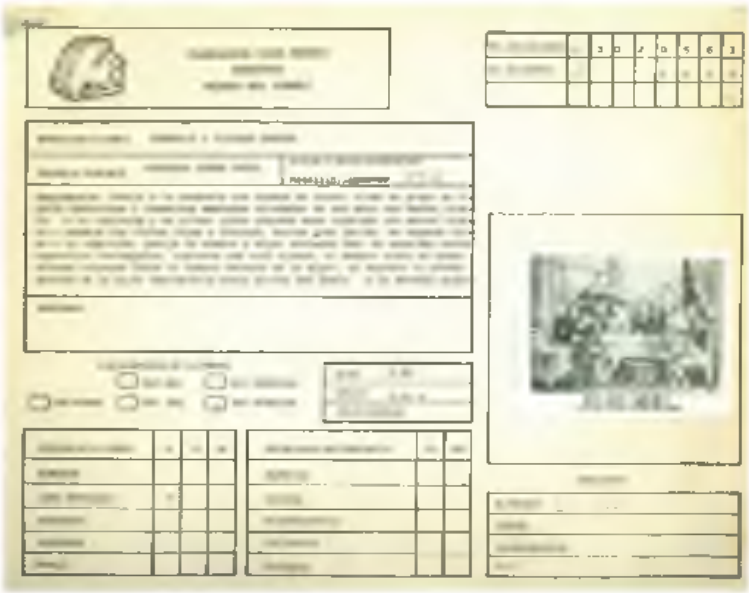


Figura 2.4 Acuarela sobre papel titulada "Homenaje a Ricardo Rendón" (1934)

Fuente: elaboración propia

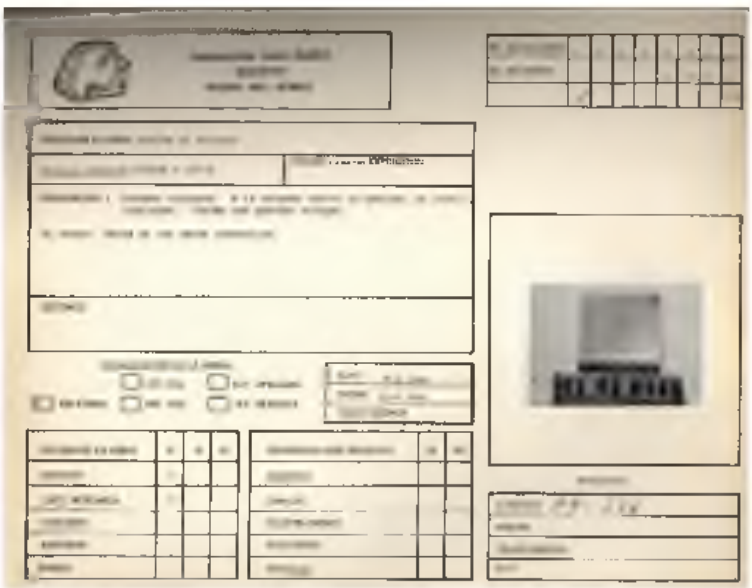


Figura 2.5 Dibujo a lápiz titulado "Rostro de anciana"

Fuente: elaboración propia

Escrituras alternas de la historia del arte colombiano

"¿Qué significa 'hablar científicamente de una obra de arte'"? Es la pregunta que se plantea Umberto Eco en su libro *La definición del arte* (1978). Él mismo, aventura una respuesta que resulta de utilidad:

> "Es evidente que la obra es algo más que su fecha de aparición, sus antecedentes y los juicios sobre ella formulados. Y hasta qué punto *es algo más* suele quedar claro habitualmente cuando se habla de una fundamental "apertura" o "ambigüedad" o "multiplicidad de signos" de una obra, lo que equivale a decir que la obra de arte constituye un hecho comunicativo que exige ser *interpretado* y, por consiguiente, integrado, completado por una aportación personal del consumidor. (Eco, 1978, p. 51).

Desde este punto de vista, la obra deviene un hecho comunicativo; en otras palabras, un proceso de transformación y de *circulación creativa* (Jeanneret, 2008, p. 14). En ese orden de ideas, la obra de arte, forma cultural al igual que la obra mecánica, el saber teórico y las decisiones prácticas, deviene obra en la medida en que se comunica, circula y se mediatiza en forma de catálogos, críticas de arte, decisiones curatoriales, exposiciones museales, notas periodísticas, productos del mercado y subastas; o se abrevia y administra en dispositivos técnicos tales como el catálogo, el archivo o el inventario.

Estos dos últimos forman parte de lo que Yves Jeanneret llama "prácticas triviales"[3] (Jeanneret, 2008, p. 56): aquellas que caracterizan todos los fenómenos de intercambio cultural. Se trata de procesos sociales, a veces difusos y otras veces concretos, productores de saber y de representaciones. Siguiendo el desarrollo conceptual de este autor

[3] En este contexto, el término "trivial" no significa "anodino"; en lugar de ello, hace referencia al "cruce de vías", en coherencia con la línea investigativa de Jeanneret, teórico de la comunicación, dedicado a pensar la manera como los objetos y las representaciones circulan creativamente, en tanto pasan entre las manos y los espíritus de los hombres conforme crean nuevos sentidos.

francés, que retoma los aportes de la teoría del archivo de Michel Foucault, pensar la *trivialité* es abogar por un enfoque comunicacional de los fenómenos culturales que permita analizar *las mediaciones creativas de la cultura*. Asimismo, significa distanciarse de las afirmaciones esencialistas que consideran los productos culturales como manifestaciones del espíritu, despojándolos de la densidad que poseen en tanto resultado de maniobras técnicas, gestos, azares y hasta juegos de poder por los cuales estos "seres culturales" son inscritos, transcritos, conservados y transformados para entrar en una memoria en movimiento (Jeanneret, 2008, p. 25).

Poder-hacer comunicacional bien vale señalar los inventarios de museos, así como el rol que cumplen tanto en la construcción del patrimonio como en la consolidación de una *obra*. Estos instrumentos son una reescritura lingüística, indicial y documental de la expresión plástica, con elementos de alto contenido semiótico. Revisitados desde esta perspectiva, los inventarios sirven como elementos de contraste de la historia oficial del arte colombiano.

Referencias

Arango, D. L., y Fernández, C. A. (2006). *Pedro Nel Gómez. Acuarelista*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Arango, D. L. (2004). *Pedro Nel Gómez*. Folleto. Casa Museo Pedro Nel Gómez, Medellín.

Davallon, J. (1992). Le musée est-il vraiment un média? *Publics et musées, 2(2)*, pp. 99-123.

Eco, U. (1970). *La definición del arte*. Barcelona: Mathiesen Roca.

Fabbri, P. (1996). « Réflexions sur le musée et ses stratégies de signification » en Denis Apothéloz, Ursula Bähler, Michael Schulz

(éds), *Analyser le Musée*. Actes du colloque international organisé par l'Association Suisse de Sémiotique (ASS/SGS), Lausanne 21-22 avril 1995, Centre de Recherches Sémiologiques, Université de Neuchâtel, Travaux du Centre de Recherches Sémiologiques, n. 64, Août 1996, pp. 155-169.

Fabbri, P. (2004). *El giro semiótico. Las concepciones del signo a lo largo de su historia*. Barcelona: Gedisa.

Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité. La vie triviale des êtres culturels*. París: Hermés Lavoisier.

Real Academia Española. (2014). Inventario. En *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: Espasa-Calpe. Recuperado de http://dle.rae.es/?id=M2v6jgO.

Banco Central Hipotecario, Banco de la República, Compañía Central de Seguros S.A. (1981).

LA EXPERIENCIA ARTÍSTICA MÁS ALLÁ DE LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA. LAS POSIBILIDADES ESTÉTICAS DEL PRAGMATISMO Y LA SEMIÓTICA PEIRCEANA

Pedro Agudelo Rendón
mundoalreves1@gmail.com
Universidad de Antioquia

Aprender por la experiencia es establecer una conexión hacia atrás y hacia adelante entre lo que nosotros hacemos a las cosas y lo que gozamos o sufrimos de las cosas, como consecuencia. En tales condiciones, el hacer se convierte en un ensayar, un experimento con el mundo para averiguar cómo es, y el sufrir se convierte en instrucción, en el descubrimiento de la conexión de las cosas. (Dewey, 1978, p. 154).

Terceridad: marco conceptual

Semiótica y arte

La relación entre Semiótica y arte estuvo mediada, en sus inicios, por un aparataje teórico tan denso, que difícilmente se podría inferir un tipo de relación clara entre el objeto de estudio y el método con

el que se lo estudió[1]. Algunos autores contemporáneos persisten en esta línea de trabajo; mientras que otros logran superar estos escollos y hacen planteamientos que resultan, a no dudar, más funcionales y pertinentes. Hoy se puede afirmar que lo que se denomina Semiótica del arte ha de considerar no solo una gramática semiótica que permita estudiar la obra como un sistema sígnico, sino que, además, ha de comprender el circuito del arte como un sistema cuyo lenguaje postula una forma particular de interpretar la realidad.

De acuerdo con lo anterior, y siguiendo a Klinkenberg (2006), la Semiótica general se pregunta por la configuración del sentido entre los humanos, mientras que una semiótica específica, como la Semiótica de las artes visuales, aborda las gramáticas o lenguajes poéticos construidos por la obra artística. En consecuencia, la Semiótica del arte, entendida como un campo particular que plantea reflexiones sobre el arte desde el modelo lingüístico, no permite una comprensión clara del fenómeno artístico y, antes bien, termina por "lingüistizar" los fenómenos visuales. Esta visión debe ampliarse, tal como han demostrado autores como Mitchell, pues hoy el espectador se enfrenta a un entramado visual con una amplia complejidad. De hecho, como dice Eco (2007, p. 4), "el arte contemporáneo que se plantea como reflexión metalingüística sobre sus propias modalidades, en realidad ha privilegiado, en cada ocasión, una de esas modalidades y ha apostado solo a ella". En este sentido, la Semiótica del arte ha de comprenderse como un ámbito dialógico[2] que hace posible la interacción no solo de los sujetos con los objetos

[1] Algunos autores, incluso, han negado que el arte sea una estructura comunicativa, un signo o un código. Estas posturas, que resultan radicales si se las mira desde los actuales desarrollos de la Semiótica, tienen una explicación histórica y epistemológica: el momento en el que fueron enunciadas (cuando el furor del estructuralismo todavía no cesaba). Muchos teóricos estaban anclados en la analogía arte/lengua, por lo que, siguiendo los preceptos de los análisis lingüísticos, la conclusión es evidente: el arte no es un código, por lo menos no en el sentid o en que lo son las lenguas naturales. Véase, al respecto, *El lenguaje del arte* (Calabrese, 1987).

[2] Dialógico aquí no significa dialéctica, como piensan algunos. Dialógico se refiere al diálogo y la comunicación abierta de un campo de investigación, y alude también a las relaciones que dicho campo pueda tener con otros sistemas de saber. En el campo educativo, lo dialógico hace referencia al hecho semiótico de interacción comunicativa con el otro, con los objetos y la cultura escolar que hacen posible la construcción de conocimiento. En el momento en el que se activan procesos sígnicos en el ámbito educativo, el sujeto entabla un diálogo con el otro, dándole así significado a la realidad.

de conocimiento, con los signos o los fenómenos socioculturales, sino también con el otro, con la obra de arte como un dispositivo que activa pensamiento a través de la metáfora.

La semiótica del arte contemporáneo, entonces, implica la comprensión de complejos procesos estéticos, intelectuales e institucionales. El arte ya no se entiende como una forma de belleza y delectación; sino como una forma de pensamiento que implica una dimensión artística y estética, al igual que unas maneras de entretejer campos conceptuales por medio de los cuales se cuestione la realidad.

> Los artistas se libraron de la carga de la historia y fueron libres para hacer arte en cualquier sentido que desearan, con cualquier propósito que desearan, o sin ninguno. Esta es la marca del arte contemporáneo y, en contraste con el modernismo, no hay nada parecido a un estilo contemporáneo. (Danto, 1999, p. 37).

El arte es una función de sobredeterminación de los fenómenos u objetos, es decir, activa sentidos plurales a partir de una multiplicidad de factores determinantes. Se trata de los modos en que el pensamiento y la emoción configuran procesos, objetos, fenómenos o situaciones esteticosemióticas, semioticoartísticas o plasticopoéticas.

Desde la perspectiva del pragmatismo semiótico de Peirce, se puede afirmar que los signos están inmersos en la obra de arte. Así, una fotografía o una instalación, por ejemplo, afectan cualitativamente los sentimientos y afectos, al tiempo que proporcionan una nueva idea, la cual será útil o verdadera para el espectador cuando se apoye en una verdad antigua derivada de los hábitos y creencias; ello le permitirá, en consecuencia, aprehender un nuevo hecho. Un hábito es una regla de acción. Según Peirce (1988, p. 181), "el pensamiento de creer es un indicativo más o menos seguro de que en nuestra naturaleza se ha establecido un cierto hábito que determina nuestras acciones". De acuerdo con este autor, la función del pensamiento es producir hábitos de acción y creencias. La acción de pensar es estimulada por la duda,

y cesa cuando se toma una creencia como cierta. En consecuencia, la función del pensamiento es la producción de creencias. De acuerdo con esto, una obra artística (y su respectivo mensaje) tendrá significado cuando se determine qué conducta es adecuada para producirlo; es decir, cuando brinde herramientas para organizar la experiencia futura y tenga consecuencias prácticas. Una experiencia estética tiene significado si modifica la experiencia.

Semiótica, arte, educación

De la relación entre semiótica y arte surge un tercer componente: el educativo. Hoy, los artistas no crean nuevos códigos a la vez que reevalúan los viejos; por eso se pueden apreciar procesos artísticos y no solo obras de arte, lo mismo que artistas no formados y no solo artistas egresados de facultades de arte. A estas nuevas concepciones subyacen fenómenos sociales, culturales y educativos, es decir, fenómenos semióticos, que hacen posible el establecimiento de nuevas reglas de acción y nuevos procesos en el circuito del arte y en el hecho educativo.

La relación entre Semiótica y educación es más compleja de lo que parece. No se trata de una correspondencia simple, y menos aún se puede afirmar que se trata de un vínculo interdisciplinario desactualizado, como suponen algunos pedagogos. Una semiótica de la educación implica, de acuerdo con Cárdenas (2001), romper las barreras disciplinares que impiden el trabajo cooperativo. Así, a la enseñanza de saberes específicos se le exige hoy una clara concepción interdisciplinaria que vaya más allá de las fórmulas abreviadas de otras ciencias, al tiempo que permita la formación integral de los sujetos a través del estímulo de lecturas holísticas de la realidad y de experiencias significativas dadas por la interacción con diferentes sistemas semióticos. En este sentido, y tal como afirma John Dewey (1978), la educación es un hecho que permite la continuidad de la vida y hace posible, sin lugar a dudas, la transformación humana y social. Es justo aquí donde el modelo de Peirce tiene lugar.

El sistema filosófico de Charles Sanders Peirce conduce, de forma explícita en unos casos e implícita en otros, a una perspectiva educativa pragmatista. Esto supone que el docente de un saber específico puede derivar conceptos y categorías semióticas de su modelo, así como postular estrategias didácticas que le permitan llevar, de forma efectiva, la enseñanza de su saber sobre la base de la experiencia. De otro lado, este sistema filosófico es abierto y dinámico, motivo por el cual

> ha influido y sigue influyendo campos de conocimiento tan disímiles como la literatura y la matemática, pues su modelo está fundado en una rigurosidad tan firme que le permite anclarse en el estadio más sólido de la disciplina académica, y también abrirse paso por las sendas de la creación y el arte. (Agudelo, 2014, p. 40).

Por eso, un docente de artes visuales puede valerse de los constructos conceptuales peirceanos para configurar dispositivos didácticos con una mayor efectividad en su práctica pedagógica, como es el caso que aquí se plantea. Pero antes de describir la práctica educativa llevada a cabo en la Universidad de Antioquia (Medellín), se pasará a definir algunos conceptos que permiten acotar el proyecto en cuestión.

Sin hacer un examen exhaustivo, se pueden advertir dos perspectivas en la filosofía de Peirce. La primera de ellas, más intuitiva, corresponde con las descripciones fenomenológicas y psicológicas; la segunda, más lógica, se corresponde con los postulados y análisis más abstractos. Sin embargo, ninguna de las dos perspectivas puede comprenderse sin el marco que la envuelve, a saber, la actividad humana. De acuerdo con Peirce, la experiencia humana se organiza en tres niveles: Primeridad, Segundidad y Terceridad, que corresponden, en términos generales, a las cualidades sentidas, a la experiencia del esfuerzo y al signo. Este último constituye una de esas relaciones de tres términos: lo que provoca el proceso de eslabonamiento, su objeto y el efecto que el signo produce (su interpretante). Un signo, entonces, puede definirse como

algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aún más desarrollado" (Peirce, 1974, p. 22).

Peirce (1974) también señala que "la palabra Signo será usada para denotar un Objeto perceptible, o solamente imaginable, o aun inimaginable en un cierto sentido" (p. 23), lo que pone de relieve el hecho de que el autor considera, desde su postura semioticopragmatista, la plasticidad de la mente, es decir, la capacidad que tiene el sujeto para innovar. Se trata, en última instancia, de la posibilidad del ser humano para introducir nueva inteligibilidad a la realidad (principio de todo conocimiento); pero de acuerdo con el semiota, la creatividad no tiene lugar sin la capacidad que tiene el ser humano para crecer.

El aprendizaje resulta de esta plasticidad, pero también de los hábitos entendidos como reglas para la acción: "El sentimiento de creer es un indicativo más o menos seguro de que en nuestra naturaleza se ha establecido un cierto hábito que determinará nuestras acciones" (Peirce, 1988, p. 181). Esto, sin lugar a dudas, es definitivo en el acto educativo y, de forma concreta, en la enseñanza del arte, bien si esta enseñanza se lleva a cabo en escenarios *para* la formación de las artes (formación de artistas) o en ámbitos de la educación *por* el arte (el arte como vehículo de formación de valores), tal como los distinguen los especialistas.

Ahora bien, si la enseñanza y la transformación a través del arte dependen de la plasticidad y los hábitos, y si se sigue el modelo triádico de Peirce, es posible definir la didáctica de la semiótica del arte como un espacio de índole educativo que activa procesos sígnicos; es decir, que impele un conjunto de dispositivos y acciones dadas y sus realizaciones conectivas con fines pedagógicos que dirigen el aprendizaje del arte. A estas combinaciones son inherentes los conceptos de educación,

entendida como acción; y semiótica del arte, definida como un campo de investigación que atiende procesos estéticos, intelectuales e institucionales. La didáctica de la semiótica del arte sería, entonces, un campo interdisciplinario en el que es consustancial la construcción semiótica de relaciones y la definición de contenidos didácticos, tanto como la configuración epistémica de conceptos estéticos y artísticos.

Lo anterior implica entender que la experiencia artística no se reduce a un proceso de comunicación y decodificación por medio del cual un sujeto (receptor) es capaz de deconstruir una gramática e identificar sus reglas de funcionamiento; sino, más bien, una acción que opera tanto sobre la sensibilidad del sujeto como sobre su intelecto. Dicho en otros términos, una obra de arte, una experiencia o práctica artística, produce efectos significativos tales como una sensación (interpretante emocional), un esfuerzo (interpretante energético) y un pensamiento (interpretante lógico). Esto permite, también, asumir una actitud crítica y alternativa frente a aquellas posturas mal asumidas como posmodernas, que paradas desde una supuesta flexibilidad epistemológica, lo juzgan todo con el rigor de la ley mientras llaman dogmático a lo estructural; positivo al que habla del aprendizaje por la experiencia; y logicista al que sigue los postulados pragmatistas de Peirce.

De acuerdo con lo precedente, una didáctica de la semiótica del arte no puede confundir el dogmatismo moderno con la inflexibilidad de cierto posmodernismo filosófico, ni dejar de lado la fundamentación técnica y conceptual que es inherente a cualquier didáctica específica, y menos aún pensar que la semiótica y la didáctica sobredeterminan la función del hecho artístico. La semiótica no solo tiene que ver con el análisis de signos, como tampoco la didáctica tiene que ver únicamente con procesos de enseñanza-aprendizaje; en ambos casos, se trata de interdisciplinas que aportan en la creación de posibilidades y en el despliegue de la imaginación a través de la experiencia con el arte por medio de procesos significativos.

Segundidad: metodología

El proyecto *Semiótica, educación y arte. Estudios de interpretación y producción* atiende al establecimiento de relaciones entre semiótica, didáctica y semiótica del arte, es decir, busca postular una didáctica de la semiótica del arte a partir del concepto de "experiencia", resignificado por los filósofos pragmatistas (entre ellos Peirce) y asociado a las prácticas artísticas contemporáneas. Se trata de plantear una semiótica del arte que redimensione la cotidianidad, la función de la inferencia y la comprensión y producción de objetos artísticos.

El proyecto sigue tres movimientos: deductivo (cuando se aborda la teoría semiótica peirceana y el funcionamiento teórico de diferentes sistemas sígnicos), inductivo (cuando se abordan, de forma directa y experiencial, algunos sistemas sígnicos y se los analiza según la metodología de Peirce) y abductivo (cuando se postula una hipótesis de sentido para producir un nuevo sistema semioticoartístico). El proyecto se lleva a cabo con estudiantes de la Universidad de Antioquia de la Licenciatura en Humanidades, Lengua Castellana, motivo por el cual una de las preguntas orientadoras es la siguiente: ¿puede la teoría semiótica de Peirce contribuir en la producción de piezas o prácticas artísticas con sujetos no formados como artistas?

Los estudiantes se inscriben en el *Proyecto de semiótica crítica*, espacio de formación en el que se aborda la semiótica del arte desde un enfoque peirceano. Después realizan, con la asesoría del docente, un proyecto de producción visual que pasa por diferentes etapas. En la primera de ellas se sigue un método que combina lo abductivo e inductivo con lo deductivo. Primero, ellos visitan el museo para hacer un análisis semiótico de índole intuitiva; es decir, no se espera en este ejercicio la aplicación de categorías apriorísticas, sino que, a partir de una orientación básica y siguiendo la intuición, los estudiantes determinarán el sentido museográfico postulado en la sala de exhibición a partir de la realización de inferencias. Se trata de un estudio de los signos que determinan las formas icónicas, indexicales y simbólicas en

un espacio museístico. Después, en un segundo momento, se aborda la teoría semiótica de Peirce, con el fin de confrontar dimensiones semioticoteóricas con la experiencia real. Así, el hábito se convierte en la cartografía en la que se inscribe el sentido, y la teoría en la ruta de navegación sobre la experiencia. Es decir, no se trata de imponer un marco teórico sobre una dimensión sensible, ni de superponer la intuición sensible sobre un cuerpo conceptual, sino de incentivar el pensamiento crítico, creativo y lógico, y fortalecer la creencia como indicativo determinante en las acciones.

En la segunda etapa, los estudiantes llevan a cabo un ejercicio de micromuseografía semiótica, para lo cual construyen una caja maravillosa, esto es, un dispositivo semiótico en el que un objeto adquiere atributos de "objeto conceptual" después de atravesar diferentes operaciones sensibles y conceptuales. Otro de los ejercicios llevados a cabo es el análisis de una publicidad tomada del medio y, posterior a esto, la producción de una pieza fotograficopublicitaria. En los ejercicios planteados en esta etapa, los estudiantes llevan a cabo dos operaciones semióticas soportadas en la experiencia como eje transversal. De un lado, se trata de un ejercicio de deconstrucción y comprensión de diferentes sistemas sígnicos a la luz de las categorías peirceanas; y de otro, la construcción y producción de un nuevo sistema sobre la base de la experiencia como motor del conocimiento.

Finalmente, la tercera etapa pasa por cuatro momentos. En primer lugar, se plantea un tema y un problema de investigación bajo la modalidad de investigación-creación, es decir, bajo la idea según la cual se puede producir conocimiento a través de procesos creativos y de indagación y producción de códigos visuales. Tan pronto se define un tópico de interés, se problematiza y se pasa, en segundo lugar, a la configuración de un concepto a través de una ecuación conceptual. Esta consiste en el paso sensible, lógico y ordenado de una noción general a un concepto semioticotemático específico, siguiendo las gradaciones de primeridad (lo intuitivo, lo sentimental), segundidad (lo real, lo matérico, lo objetual) y terceridad (lo simbólico, lo convencional).

En tercer lugar se inicia un proceso de investigación conceptual y de referentes, que consiste en la búsqueda de trabajos cinematográficos, literarios, artísticos, musicales, entre otros, relacionados con el proyecto; y en la construcción del marco conceptual. En este caso, no se busca constreñir la propuesta a un enfoque definido de conceptos, sino más bien, a establecer relaciones creativas y dinámicas que permitan el despliegue del proyecto y lo conduzcan a un nivel productivo.

En cuarto lugar está el momento de producción, experimentación y formalización. En este punto, los estudiantes experimentan con diferentes materiales, lo interrogan y codifican de acuerdo con el concepto planteado. Se establece la relación entre objeto, imagen y espacio, y se determinan los rasgos formales de la propuesta. Tan pronto se termina la formalización[3], viene el proceso de argumentación y sustentación. Para esto, se diseña un plegable que da cuenta del concepto abordado, su importancia y vigencia.

Como se puede apreciar, la estructura del proyecto sigue un orden didáctico y lógico-semiótico, sin constreñir el hecho educativo a una mera formalización metódica ni a una simple reconfiguración de contenidos semióticos y artísticos. Dentro de sus funciones pedagógicas, el proyecto cuenta con una derivada del sistema filosófico de Peirce (un aporte educativo implícito): crear hábitos es aprender a pensar y a actuar, lo que implica enfrentar problemas reales desde dimensiones conceptual (semiótica del arte), apreciativa (experiencia estética), creativa y productiva (artes visuales). Los hábitos, de acuerdo con Peirce, son instrumentos para influir en el devenir futuro del hombre, son herramientas para crecer intelectualmente y mejorar como seres humanos. El hábito está orientado hacia la transformación, razón por la cual requiere creatividad e imaginación para actuar sobre el mundo y sobre nuestras formas de percibirlo y comprenderlo.

[3] En el anexo se pueden apreciar algunos de los resultados de estas propuestas.

Primeridad: resultados y conclusiones

De acuerdo con lo expuesto, plantearé una conclusión doble. En primer lugar, debo señalar que la semiótica pragmatista de Peirce, de acuerdo con sus postulados y los desarrollos investigativos actuales, reivindica la experiencia para la educación como una forma de conocimiento, al tiempo que la redimensiona como la clave en los procesos de significación de la relación entre obra de arte y espectador. Así, la semiótica se puede entender como la ciencia que se encarga de la comprensión de la significación como una dimensión existencial, y no solo de la descripción y explicación. Por supuesto, la significación implica el tratamiento de los signos, y de estos el de la inferencia, pues la semiosis —o acción de los signos— no es más que un proceso inferencial.

La experiencia artística se puede pensar, desde el punto de vista didáctico, a partir de tres ejes metodológicos, siguiendo la perspectiva pragmatista y semiótica de Peirce. El primero corresponde a la afectación, a la primeridad, a la manera en que nos afectan las cosas, los objetos, los fenómenos y las obras de arte. El segundo corresponde a la conexión con la realidad, pues sin esta no habría signo (como no habría realidad sin signo); y el tercero atañe a la producción de símbolos y conceptos, es decir, a la producción creativa como una dimensión activa del pensamiento y la creatividad: esto confirma la idea de Peirce según la cual la creatividad es un "proceso resultante de algo novedoso". Barrena (2006) afirma que

> lo creativo sería aquello que es inteligible, nuevo, original en cuanto que es expresión de uno mismo, y valioso, pues ha de ser capaz de explicar algo que nos sorprende o de resolver una inquietud del artista al ser capaz de hacer presente algo bello, esto es, admirable en sí mismo. (p. 114).

La creatividad es, en definitiva, algo inherente a cualquier ser humano.

Esta afirmación se puede comprobar en la práctica pedagógica cotidiana. De acuerdo con la experiencia didáctica descrita, se puede señalar que esta tuvo efectos artísticos (es decir, en el nivel de la producción) y estéticos (en el de la recepción) en los estudiantes participantes del proyecto. Esto permite corroborar que una orientación teoricopráctica de la semiótica peirceana puede contribuir en la producción de piezas artísticas, al tiempo que permite el despliegue de la creatividad por medio del desarrollo de prácticas estéticas con sujetos no formados como artistas.

Acercarse a la semiótica del arte desde una perspectiva peirceana y vincular este acercamiento a la didáctica no es más que detonar procesos formativos que permitan comprender los procesos por medio de los cuales los signos configuran códigos que determinan formas de interacción humana; procesos cognoscitivos en la relación de aprehensión de los objetos que determinan, finalmente, los procesos de conocimiento. La semiótica del arte nos acerca hoy a la forma en que los seres humanos construimos conocimiento de forma creativa a través de la experiencia, pues a través de ella descubrimos la conexión con las cosas, con la obra de arte y con nuestras formas de sentir y pensar.

Referencias

Agudelo, P. (2014). *Introducción a la semiótica del arte colombiano. Estudios de interpretación*. Medellín: Fondo Editorial ITM. Recuperado de http://fondoeditorial.itm.edu.co/Libroselectronicos/semiotica-del-arte- defi/index.html

Barrena, S. (2006). La creatividad en Charles S. Peirce. *Anthropos. Huellas del conocimiento, 212*, 112-120.

Calabrese, O. (1987). *El lenguaje del arte*. Buenos Aires: Paidós.

Cárdenas, C. (2001). Hacia una semiótica de la educación. *Sinécdica, 19*, 28-38.

Danto, A. (1999). *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona: Paidós.

Dewey, J. (1978). *Democracia y educación. Una introducción a la filosofía de la educación*. Buenos Aires: Losada.

Eco, U. (2007). Perspectivas de una semiótica de las artes visuales. *Criterios, 25-28*, 221-233.

Jurado, F. (2004). El dominio de los códigos de las ciencias y las matemáticas es el dominio de su lectura. *Revista Magisterio, 7*, 23-25.

Klinkenberg, J. (2006). *Manual de semiótica general*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Peirce, C. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Peirce, C. (1988). *El hombre, un signo*. Barcelona: Crítica.

Anexos

Transgresión. Alexandra Cárdenas, Jorge Gutiérrez y Esteban Gómez. Fotografía expandida, 200 x 100 x 250 cm. Trabajo final, Semiótica del arte. Facultad de Educación, Universidad de Antioquia, 2012. Fotografía: Pedro Agudelo. El trabajo plantea una reflexión sobre las luchas culturales y las conquistas sociales de las mujeres en la segunda mitad del siglo XX, especialmente en lo concerniente a las letras y al arte, motivos claramente identificables en la instalación fotográfica.

Mujeres de fútbol. Nueva cultura. Catalina e Isabel Cortés. Fotografía expandida, medidas variables. Trabajo final, Semiótica del arte colombiano. Facultad de Educación, Universidad de Antioquia, 2013. Fotografías: Pedro Agudelo. La propuesta plantea una reflexión sobre el rol de la mujer contemporánea, a partir de su incursión en actividades que tradicionalmente se han considerado propias del género masculino —como el fútbol—. La propuesta logra presentar de forma estética un tema que muchas veces se trivializa con discursos superfluos.

ARQUEOLOGÍA DE LA SEMIÓSFERA DEL ARTE TECNOLÓGICO EN SURAMÉRICA. LA INCEPCIÓN DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO POR MEDIO DEL ARTE

Bianca Suárez
biancasuarezpuerta@gmail.com
Universidad Nacional de Córdoba

Dalhman, perplejo, decidió que nada había ocurrido y abrió el volumen de Las Mil y Una Noches, como para tapar la realidad.
(Jorge Luis Borges, *El Sur*).

Introducción

Al respecto de las discusiones sobre la estética y la teoría del arte del siglo XX se caracterizan por hallar salidas al irresoluto debate entre partidarios del arte puro, abstraído de la realidad y el arte comprometido. Para comenzar el análisis, el autoconocimiento, en términos de Hans G. Gadamer cuando se refiere al artista comprometido, no significa un interés en sí opuesto al conocimiento del otro. El autoconocimiento en el caso del artista comprometido, tiene que ver más con hallar intereses comunes entre el artista y el otro, espectador beneficiario de la obra de

arte; por lo que el conocimiento de sí no implica el ensimismamiento introspectivo que aísla al productor de los otros, o que lo eleva por encima de ellos, implica más bien, el entrar en comunidad con el contexto de recepción, en una relación dialógica de escucha y pertenencia. Es por esto que el arte comprometido conduce al incremento del propio sentimiento de vida y a la confirmación de la propia autocomprensión, con un fuerte componente de transformación social.

Con la industrialización llegó la máquina; y con ella códigos binarios, ruidos y todo un lenguaje que no se desprendió de golpe de la modernidad, sino que se compuso de argumentos antecedentes y diseños prospectivos. En tanto metáfora, la máquina sirve de motor de transformación de las ciudades, se introduce en la vida cotidiana latinoamericana y se establece como aquel héroe que debe luchar y sufrir hasta cumplir con el desarrollo económico de la sociedad; así entonces, la máquina como mito estético, primero contrario a las tradiciones y a las artesanías y al arte, apoyó las luchas obreras hacia la imagen de la "revolución fatal"[1] en tanto emancipación completa de todos los seres humanos resultante también del carácter de cohesión retórica que emigra de la incertidumbre y de lo impreciso, propia del género propagandístico.

Durante las dos primeras décadas del siglo XX, las actividades tecnológicas en México actuaron en consecuencia de su revolución. Las ideas del artista futurista Filippo Tommaso Marinetti entraron en un espacio social particular: el movimiento del estudiantismo se instauró entre poetas que adoptan el cambio tecnológico como un elemento de revolución e innovación y se separan del arte más tradicional. En tanto movimiento artístico literario, fue atravesado por innovaciones tecnologías como la radio[2]; entonces la poesía, bien ligada a la oralidad y la transmisión de la palabra, sufrió una mutua afectación en producciones

[1] "A más de errores de la ideología, solo debemos temer la infertilidad. Nuestra intransigencia de pensar que no se puede vencer en la lucha, es vacía", Exige Marc Angenot (2010), refiriendo lo quimérico de la literatura libre en Rusia, que desempeñó plenamente su papel fundamental de revolución; de lo contrario, "el riesgo de relleno cráneo involuntario y la creación de un acuerdo revolucionario, tan convencional y engañoso que cualquier otro" le pareció *fatal* y mortal (pp. 151-156).

[2] La radio, a su vez, fue precedida por el telégrafo.

híbridas ubicadas en la operación de ver, relatar y escuchar más que en la norma propia de la escritura poética. Los poemas del movimiento del estudiantismo empezaron a tener forma y contenidos maquinales y explosivos que ocupaban no solo la sonoridad del espacio, irradiando el papel desde el centro hacia afuera, sino que también intervienen en lugares museísticos y en el espacio público.

Además del fuerte componente político enunciado en el arte comprometido, el itinerario hacia la democratización del arte, la educación y la comunicación buscan la racionalidad y moralidad dentro del cuerpo social: el artista que aspira a una transformación social debe utilizar una conciencia de la forma, en tanto diseño prospectivo del tipo de efecto que logrará en el entramado humano futuro. Esto quiere decir que desde la producción, el artista planea una modelización que se efectuará gracias a la actividad de interacción e interpretación de las condiciones del contexto de recepción, principalmente si estas obras se presentarán en la esfera pública.

Después del estudiantismo, el muralismo mexicano ofreció visiones públicas de una modernidad tecnológica. La pintura se toma la superficie de interiores públicos, exponiendo puntos de vista de vanguardia a transeúntes y habitantes de estos edificios al servicio público. Ese lugar donde se encuentra lo abierto, lo iluminado, lo conocido, donde ocurren las asambleas y donde los ciudadanos discuten las cosas de interés en general, según Jurgen Habermas, espacio público tras la Revolución Industrial, es la última manifestación que propone una transformación.

Estos cambios profundos en la esfera pública involucran los medios de comunicación, junto con el cambio institucional de las formas del poder político y el desarrollo del capitalismo, con el que se crearon las condiciones para una nueva clase de esfera pública: un campo donde las actividades de un sistema estatal de control se presentan en un esquema panóptico, o en las grandes actuaciones urbanísticas de los sistemas autoritarios, concebidas para ejercer la vigilancia sobre el pueblo. En este espacio público, la sociedad es moldeada al servicio del poder; y

este lugar, ocupado y legitimado por la colectividad para su expresión y reacción contra la autoridad, combate con fines propagandísticos. Los grandes suburbios urbanos, inmersos en la comunicación masiva, se constituyen como espacios impersonales de anonimato, desligados de la historia, no-lugares.

Muchos artistas del periodo posterior a la industrialización son referentes ideológicos de otros artistas latinoamericanos que con el tiempo son universales totalizantes, en tanto comparten sus visiones en búsqueda de mayor eficacia de la industrialización en la sociedad: la vinculación entre arte y compromiso, arte y política, o arte mensaje evidencia una tensión entre comunicación y poética, entre formalismo estético y sentido. Estas tensiones se enfrentan por trascender el concepto de memoria, hasta alcanzar el valor de patrimonio. El problema semiótico se presenta entonces al buscar los requisitos iniciales, las condiciones de producción, que implican grandes diferencias en el comportamiento futuro de la esfera pública; lo que quiere decir, hallar el sentido del gesto de ciertos tipos de sistemas dinámicos relacionados con la producción de arte, muy sensibles a las variaciones en las condiciones iniciales, que buscan producir un efecto en el desarrollo tecnológico de la cultura suramericana.

Primeros fantaseadores de futuros imposibles

En *La Semiósfera* de Lotman (1998), en la cita que abre el capítulo "Cerebro - texto - cultura - inteligencia", se refiere a los locos o los fantaseadores del Fausto de Goethe. Estos hombres, capaces de salir del orden establecido, logran sus más atrevidas invenciones, incluso máquinas que simulen el pensamiento humano. Esta es una nueva manera de expresar una idea antigua, según la cual algunos bienes producidos por hombres que partieron de una idea suficientemente improbable, al efectuarse forman parte de la propiedad de todos, la que en conjunto forma una cosecha de recursos que debe ser activamente protegida y gestionada por el bien común. Por lo tanto, es esta la

idea de que la memoria forma parte del paradigma cultural vigente, el procomún o excedente cognitivo; es formada a partir de cosas que planeamos para suceder de una manera determinada: cosas que heredamos, ideas que llevamos a cabo conjuntamente y que esperamos sigan en las generaciones futuras; por ello, deben comprenderse en una heterogeneidad modelizante.

Desde el inicio de las ciencias, el hombre observó la realidad y quiso resolver problemáticas, realizó diagramas para ofrecer soluciones, descubrió, seleccionó documentos, diseñó objetos, documentó los datos de sus experimentos, archivó información y puso en práctica su conocimiento. La imagen planeada por el hombre científico, en su afán de oír, comprender y ser oído y comprendido, es finalmente concretada en elementos que son fácilmente reconstruidos en la percepción especular. Ya a finales del siglo XIX, la estructura de las ciencias abordó los principios del azar y la incertidumbre, con el afán de construir una cosmología evolucionista; esta tendencia caótica, casi ilusoria, obedecía a una intuición que consideraba que los efectos de cada objeto —sus consecuencias prácticas— pueden ser determinados desde su concepción.

En la búsqueda de artistas referentes que cumplen una función de transformación social se encuentran íconos que cumplen con las siguientes características mínimas:

- Fueron reconocidos en obras de periodos posteriores.
- Ofrecieron una conexión entre el arte primitivo u objetos referentes a la cultura popular y tradicional latinoamericana, con el arte académico y expresión culturales del resto del mundo.
- Propusieron nuevos diálogos entre el sistema del arte hegemónico, académico o costumbrista y el arte popular.
- Son referentes de innovación.
- Ofrecieron una perspectiva crítica a la modernidad.

- Ofrecen una traducción de sentido de al menos dos sustancias diferentes (tridimensión a sonido, movimientos corporales a impulsos eléctricos, entre otros).

Uno de los primeros referentes es el artista uruguayo Joaquín Torres García, representante del universalismo constructivo de principios del siglo pasado. Para ofrecer un ejemplo de su trabajo en la búsqueda de un bien común indeterminado, se analizarán unas piezas de madera para niños.

El desarrollo de los juguetes transformables de Joaquín Torres García data de 1917. La creación de estos juguetes desmontables con la forma de elefantes, arlequines, ferroviarios (todos personajes de la época) y un caballito mecánico llamado "Go Pony", muestra una búsqueda latente entre la escultura, la lúdica y un pensamiento universalizante. El artista mencionó lo siguiente en 1919, en una entrevista concedida a la revista *Ramblá*:

> El niño aprende jugando, pues el juego para él, ha de ser ejercicio de múltiples experiencias y actividades. De creación y descubrimiento. De conocimiento de las cosas y de sí mismo. De iniciación a futuras empresas y estudios. De revelación de su personalidad.

Además de sus juguetes transformables y un sinnúmero de pinturas con formas simples de representar el Sol, el hombre y las calles, entre otros, en 1943 dibujó en tinta negra sobre papel blanco un mapa invertido de Suramérica, en el que indicó la ubicación de Montevideo con una cruz. Poner el mapa al revés es un guiño del tema del uruguayo en el sentido identitario. Para Uruguay, el hemisferio sur es su territorio en el mundo, por lo que Torres García juega con el *boom* latinoamericanista que explotó en los circuitos europeos del momento.

Oscar Agustín Alejandro Schulz Solari, más conocido como Xul Solar, reconocido como uno de los más grandes pintores latinoamericanos del siglo XX, creó un piano, entre muchas de sus obras. A

diferencia de los pianos tradicionales, el teclado del piano modificado por Xul Solar es de una longitud mucho más corta; por lo cual facilita al pianista la ejecución del instrumento, al no ser necesario mover tanto las manos de un lugar al otro. Las teclas no son como las normales, blancas y negras; en su lugar, están coloreadas según las vibraciones que representan, y sobre ellas puede verse un sistema de relieves para simplificar *el aprendizaje* del instrumento, incluso a los invidentes. Quizás lo más llamativo de este instrumento es la incorporación de una tercera hilera para poder ejecutar cuartos de tono.

La concepción de los efectos de estos objetos tecnológicos en la cultura es la sumatoria del conjunto de los argumentos para la representación, expresados en la forma del objeto y establecidos de manera general en la cultura, desde la esfera del arte. Para alcanzar esta claridad de la aprehensión de significados, Charles S. Peirce (1878) recomienda considerar "qué efectos, podrían concebiblemente tener consecuencias prácticas [...] entonces, nuestra concepción de estos efectos es la totalidad de nuestra concepción del objeto" (p. 293). Por tanto, las abstracciones del universalismo constructivo de Torres García debían expresar conceptos en formas simplificadas de la realidad en apenas la línea, o el borde; objetos fácilmente reconocibles, icónicos, que recuerdan el arte primitivo rupestre.

Con objetivos ambiciosos, Torres García y Xul Solar, así como la *Antropofagia* de la brasileña Tarsila Do Amaral, manifiestan querer representar al hombre de manera universal y dar a la cultura latinoamericana visiones de futuro apropiando formas no solo europeas, de la industrialización, sino también africanas, asiáticas y signos astrológicos. Esto permite observar estas representaciones artísticas como ejemplo del régimen de visibilidad que impone una culturización global, capaz de digerir las formas extranjeras en simultaneidad con las locales.

Fronteras de la semiósfera del arte tecnológico

Dejando por un momento de lado la excesiva especialización, podría constatarse que arte, ciencia y tecnología comparten el sendero creativo de las producciones humanas. Desde su interrelación profunda en el pensamiento griego —donde arte y técnica derivan del mismo vocablo, *tekné*, y la ciencia, *Poïesis*[3]— hasta la incuestionable intervención científica y tecnológica en la producción artística actual, son múltiples y fructíferos los diálogos que se han establecido en la semiósfera del arte tecnológico.

En *Estructura del texto artístico*, Lotman (1982) define la noción de lenguaje como "cualquier sistema de comunicación que emplea signos ordenados de un modo particular" (p. 18), constituidos por signos, o unidades de significación, que se unen a elementos formales de expresión, también con signos más estructurados según determinadas reglas o normas de uso a fin de almacenar información, pero principalmente para transmitirla. Para Lotman, la lengua natural se considera el sistema modelizante de primer grado, ya que contiene una imagen general del mundo. El sistema modelizante de segundo grado es el medio ambiente en que se ponen en relación el lenguaje natural; se expresa como una superestructura, un estado recíproco de interacción con algún otro sistema, tal como la reacción de un organismo individual a una colectividad. La imagen ideológica del lenguaje del entorno es entendida como un modelo del mundo con códigos propios: constituye un programa para la conducta del individuo, al tiempo que modela la colectividad, los objetos, etc.

Este lenguaje que se construye a partir del sistema primario de la lengua natural define su selección de operaciones, lo mismo que las

[3] Es la raíz de nuestra palabra "poesía" moderna; aunque fue primero fue usada como un verbo, una acción que transforma y continúa el mundo. Actualmente, Poiesis no es ni producción técnica, ni creación en el sentido romántico. El trabajo de la Poiesis reconcilia pensamiento con la materia y el tiempo, y la persona con el mundo.

reglas y las *motivaciones*[4] subyacentes, producto de su función en la conducta humana. Sus vehículos sígnicos, que incluyen textos lingüísticos, son también las instituciones sociales, los movimientos de civilización, y así sucesivamente (Sebeok, 1985, p. 23), los cuales dan origen en conjunto al objeto de arte y posibilitan que el artífice los conciba e introduzca en el mercado de lo que es deseado por la cultura. En un momento tardío, la semiósfera de Lotman admite que la distinción entre sistemas modelizantes primario y secundario tiene un valor heurístico, lo que en otras palabras significa hallar o inventar: la cultura se inventa a sí misma. Se trata de la esfera donde ocurren las operaciones de semiosis —u operaciones de interpretación infinita— relacionadas con la noción de máxima pragmática en Peirce: el objeto último, la promesa a cumplir o cumplida.

La semiósfera del arte tecnológico en Suramérica será el conjunto de todas las cualidades de la identificación de los sistemas modelizante primario —natural en este continente— y secundario, relacionando reglas del arte más académico y costumbrista; estéticas de las vanguardias artísticas; principios científicos de la modernidad tardía; y la tendencia de sus acciones a hacer conscientes los mecanismos de la dominación para transformar al espectador en actor consciente de la transformación del mundo. Por lo tanto, para delimitar pragmáticamente esta semiósfera se buscaron principalmente *proposiciones de probabilidad* en relaciones entre variables artísticas, científicas y sociales, para comprobar que el arte tecnológico hace conscientes los mecanismos de dominación.

Por otra parte, la perspectiva del desarrollo del pensamiento visual ofreció nuevas perspectivas a través de espacios para el pensamiento, en tanto combina orgánicamente formas verbales y visuales en las que la comunicación se clarifica. Los estatutos del barroco, por ejemplo, se liberaron de ciertas ataduras de la propia norma del arte: "comienzan

[4] En semiótica, la motivación es el parecido que tiene un significante hacia su significado, sobre todo aquellas cualidades por las que los símbolos o signos convencionales son elegidos y heredan sus características de otras convenciones.

a requerir dilucidación en la forma de un proceso de entendimiento que intenta suplantar el consenso normativo abolido" (Fraenza, 2003, p.123).

Cuanto más progresa la generalización de motivos y valores a apropiar a lo largo de la modernidad, y en el afán de encontrar una individualidad o posmodernidad, tanto más queda el intercambio comunicativo desligado de los patrones de comportamiento concretos heredados —apenas nos nutrimos y heredamos para emanciparnos— de los elementos ya interpretados, asumidos; resignificados, liberados. Entonces, las acciones de la comunidad relacionada con los intereses del arte, la ciencia y la tecnología comienzan a estar coordinadas no ya por modelos de comportamiento heredados, sino por los mecanismos de entendimiento y dominio de la técnica ligados a la acción (Fraenza, 2003, p. 122), vinculando un conjunto de campos adyacentes: la economía y, especialmente, la práctica política. Cuando estas acciones deshacen y superan algún supuesto, se busca una nueva estabilidad: la rentabilidad de la inversión de irrumpir, demorar y aspirar a la superación en un sistema modelizante secundario.

Una muestra del esfuerzo por cumplir este desarrollo del pensamiento visual se encuentra en la transducción de los artistas. Ellos han realizado una inversión fuerte de energía para transmitir otras herencias genéticas: al diseñar un desplazamiento en el sistema de la significación, ofrecen un paso de un registro —abren una llave de conceptualismos relacionados con la realidad social, histórico, económico o sobre los medios de comunicación— para que llegue su contenido a otros, a la cultura; la información transportada en la significación resulta transformada, se ha emancipado de la forma políticamente ideológica, o de la mera propaganda.

El trabajo de Víctor Grippo, artista oriundo de Junín (Depto. de Cundinamarca), ha buscado una convergencia entre la ciencia y el arte, lógicamente marcada por su doble formación en Química y en Bellas Artes. Su trabajo, uno de cuyos principales motivos es la idea

de transformación, ha girado siempre en torno de la vida cotidiana, el mundo del trabajo, el alimento y la energía. Una de las materias primas utilizada en los trabajos de Grippo es la papa, tubérculo latinoamericano para el alimento de las culturas, cuyo consumo se extendió a Europa después de la conquista. Partiendo de su simbología cultural, Grippo utilizó la energía contenida en las papas, formando pilas eléctricas y conectándolas con simples cables para hacer funcionar dispositivos como una radio.

> Desde 1970, mi propuesta intenta cortar con la contradicción entre arte y ciencia a través de una estética surgida de una relación química completa entre lo lógico-objetivo y lo subjetivo-analógico, entre lo analítico y lo sintético, valorando la imaginación como instrumento de conocimiento creador no menos riguroso que el provisto por la ciencia. A partir de entonces realicé una serie de "Analogías" (en la mayoría de las cuales el material básico estaba constituido por papas, alimento de uso universal y cotidiano de origen latinoamericano) a través del cual se integraban elementos metafóricos con conclusiones objetivas y preocupaciones éticas, al aludir a una amplia acción en las funciones del vegetal y la conciencia humana. (Grippo, 2004, p. 169).

Este exponente temprano de aquella vertiente del conceptualismo latinoamericano trabajó de modo experimental las relaciones arte-ciencia y arte-técnica. Desde sus inicios, utilizó materiales y medios no convencionales en sus objetos, esculturas e instalaciones para reflexionar en torno a las condiciones sociales y espirituales de los trabajadores latinoamericanos. En 1970 se vinculó con el Centro de Arte y Comunicación (CAyC) y participó en la muestra colectiva *Arte de sistemas I* con la obra "Analogía I", la cual dio comienzo a la serie que lleva el mismo nombre. Con esta experiencia, Grippo profundizó sobre las oposiciones arte-ciencia, naturaleza-cultura y real-artificial; y utilizó la papa como metáfora a estos contrarios que ejercitan el arte de pensar: utilizó la energía contenida en las papas, así como su simbología en la cultura de Suramérica para producir baterías eléctricas.

En *Analogía I* (1970-1971), Grippo realizó cálculos inestimables para la física cuántica: relacionó los átomos y las teorías de la nebulosa absorbente, con lo que logró un holograma táctil. En 1972 realizó, en la plaza Roberto Arlt, la construcción de un horno popular para hacer pan, el cual propone la recuperación del ritual colectivo a través de la distribución del alimento. En la obra *Analogía IV*, a su turno, se inauguró una serie de instalaciones en las que aparecen, además de la papa, el pan, al igual que muebles y utensilios domésticos como platos, mesas, sillas y cubiertos.

> Algo inexpresable precede, en el creador, a la expresión, a la materialización de la obra. La alquimia reúne lo sagrado y lo visible, la idea y el acto, lo inefable y lo expresable, indicios imprescindibles para la creación (Grippo, 2004, p. 169).

Grippo trabaja con las técnicas de la industria y las formas de la ciencia moderna, pero su manera especial de actuar va más allá que la del alquimista, quien busca develar lo oculto en la materia. Su vuelta a lo sagrado y su encuentro con la alquimia expresa una poética tecnológica mágica, como lo afirmó el Colectivo Ludión en noviembre de 2008, en el marco de las actividades de Laboratorio de Investigación en Prácticas Artísticas Contemporáneas (LIPAC) del Centro Cultural Ricardo Rojas; al presentar la obra de Grippo, mencionaron que "combina saberes y tecnologías de base científica con saberes y tecnologías no científicas o paracientíficas: liturgias religiosas, exploración de estados de conciencia y concepciones holísticas".

La distribución desigual de recursos alimenticios y recursos tecnológicos, con sus consecuencias políticas y sociales: la concentración del poder, las brechas o el *lack* entre quienes pueden o no acceder a las tecnologías, el "analfabetismo" tecnológico, la marginación laboral y la falta de equidad social constituyen uno de los problemas más urgentes de Latinoamérica. En una época en que la reconfiguración mundial sobre la base de la posesión tecnológica dicta el ritmo de la política y

la economía del mundo, y es posible tener libertad de crear o innovar y observar, ¿cómo disminuir la brecha entre quienes tienen el poder de crear y aquellos que son observadores pasivos? ¿Qué motiva la innovación y la producción libre?, Grippo responde:

> Es una época bárbara, te diría [...] En realidad hoy conviven todas las eras. En un momento así, más que nunca, el arte puede llegar a cumplir una función de conocimiento. Porque es crítico y autocrítico, mucho más que la misma política. (Grippo, 2004, p. 186).

Simultáneamente, la mayoría de las obras del argentino Julio Le Parc son objetos ambiguos entre pinturas y esculturas que son la representación del arte cinético. Estos objetos que constituyen este tipo de arte son piezas realizadas con materiales industriales que incluyen el factor de lo indeterminado, lo inestable, el movimiento y la transformación producida, en muchos casos, a partir de la manipulación por parte del receptor. La obra *La Inestabilidad* (de 1963 a 1964) espera una reacción al *stimulus* del mundo externo, el cual pasa a través de canales sensoriomotores que son endurecidos en esta obra y que, gracias a sus cualidades, indican a los espectadores o usuarios que además de lo que representa —subrepticio en la obra—, puede ponerse en movimiento. Sus elementos visuales se encuentran en tensión, sin desplazarse a ningún lado, están fijos en una estructura; la obra está programada para efectuar una reacción.

Aquí, el problema de la iconicidad analizado por Eco, Maldonado y Blake, y retomado por Klinkenberg, muestra a grandes rasgos cómo paradigmas epistemológicos han confrontado y atravesado el debate sobre la imagen y su estatuto: una posición convencionalista que ve en la imagen un producto cultural sometido a reglas de articulación precisas, y cómo son percibidas y conocidas gracias a entradas sensoriales.

Una posición cognitivista considera a la imagen como instrumento de conocimiento del mundo sensible a partir de un sistema de relaciones; una posición de enunciación eficiente para el que ve. Antes

de la imagen como constructo —dice ya una situación, un ángulo, un encuadre, una elección—, esta es también un dispositivo de punto de vista: esto demuestra que una herramienta para conocer lo que está representándose requiere de un agente que indique una situación. El usuario reconstruye partes a partir de tomar en cuenta variables irrelevantes, reconstruyendo una serie que en una operación lógica permite identificar patrones, mostrando profundidad de la composición y sus objetos.

Para conservar la noción de signo en tanto relación, debe tenérselo en cuenta como contextualizado por las circunstancias. El signo "la inestabilidad" es desarrollado en la relación entre texturas expresivas, ofrecidas en reflejos de luz, movimientos de formas en el espacio del museo, objetos poco precisos y vastas porciones de contenido que no alcanzan a ser analizables a simple vista, en tanto experiencia de lo inestable en relación con una circunstancia histórica específica de la Argentina de la década de 1960. El signo y motivo de esta obra es una relación entre *stimulus* en un alto y amplio espacio museográfico, y las luces y sombras, como cualidad, permiten acceder a *lo inestable*. Cuando por primera vez se experimentan algunas de las obras de Le Parc, lo primero que se nota es el movimiento aleatorio en que se enrollan y desenrollan motores y espejos. La etapa inicial es la definición de la superficie, la identificación de los contornos reconocibles, detectar las diferencias entre la luz y la sombra presentes en estas instalaciones.

> Si una persona entra en una exposición como la mía [...] para mí es suficiente si sale con una sensación de haber sido parte de una experiencia, ya sea por el movimiento, las luces, ya sea porque tiene que participar en algunas obras como los juegos, las encuestas, ya sea porque la presencia frente a una obra va provocando cambios. (Le Parc, 2005, p. 17).

Anteriormente, el espacio del museo dependía de un espectador cultivado que conociera una historia de ese medio, o se motivara por el nombre del artista. A partir del establecimiento del arte cinético no hace falta que el espectador sepa algo sobre la obra: ahora, cualquier

espectador que pueda percibir y se motive a apretar un botón, no necesita ningún tipo de conocimiento para obtener la experiencia programada.

> Conectar a la gente a una relación directa con las cosas y, dentro de eso, si la gente de recursos limitados, que se ve sometida en su vida social, su trabajo, su familia, visitando una exposición recupera un copo de energía, de optimismo [...] a lo mejor [el usuario al regresar a su casa, luego de experimentar la obra] puede proceder de otra manera en otro frente de su vida con esa energía ganara. (Le Parc, 2005, p. 25).

En la obra *La Inestabilidad*, los espejos suspendidos en ángulos agudos permiten que la luz se refleje en la superficie de la composición, lo que sugiere que cada una de las formas ilumina la estructura que mantiene los hilos. Así, la pareja tipo-significante —reflejos inestables y momento histórico inestable—encuadra y controla las operaciones de transformación, para lograr percibir la manera en que los individuos iluminan la estructura —Argentina—.

A su turno, la artista argentina Marta Minujín planeó poner en práctica las teorías de Marshall McLuham, a quien había conocido recientemente. Su propuesta para el evento *Simultaneidad en Simultaneidad* se basaba en la creación de un ambiente multimedía saturado por las tecnologías de información y comunicación de los años 60 del siglo pasado. Minujín equipó el auditorio del Instituto Di Tella de Buenos Aires con sesenta televisores, el mismo número de transmisores radiales, proyectores de diapositivas, cámaras fotográficas y cinematográficas, equipos de emisión sonora y grabadores de voz. "El resultado es un complejo environment multimedía en el que intervienen la fotografía, la televisión, el teléfono, el correo, la radio y hasta una transmisión vía satélite" (Alonso 1998), y representa el establecimiento de un texto que ahora reconocemos estable, lineal. En su incorporación en el sistema de las artes, la obra adquiere un estatus de texto icónico de lo transmedia.

Conclusiones

La concepción del arte tecnológico contemporáneo utiliza técnicas que, en su exposición pública, revelan un paradigma ético revolucionario que esconden en común con el arte costumbrista. Para continuar con este deber ser propio de la invención cultural, Bourdieu (2011) (dicha invención se manifiesta en ese trabajo) plantea que la producción cultural necesita orientarse hacia el incremento de la dispersión de la composición social y cultural del público. Es decir, el sentido social deberá dirigirse hacia la producción de bienes que, incluso, y sobre todo cuando están dirigidos a una franja del público particular, "deben representar una suerte de denominador social mayor", salirse del marco y franquear sus propios límites para abarcar un mayor público.

Durante las últimas cinco décadas, el trabajo del artista se ha centrado en traducir la realidad a formas utilitarias de transformación social y practicar actividades artísticas como la creación de nuevos conceptos para apropiarse de la experiencia y el conocimiento. Como se sabe, la falta de confianza en el simple poder de la razón crítica desarrolló esta actividad dinámica del pensamiento, entendimiento e interpretación de las condiciones de producción, circulación y recepción —disciplina semiótica—; y su ejercicio, al menos en el campo de la creatividad artística, se convirtió en una actividad verdaderamente emancipatoria. La función de la invención no es entonces mera estética, sino también motor y activación de la liberación en el cuerpo social. Esto demuestra que el arte, en tanto superestructura completamente predeterminada por factores económicos, propone que la invención es la única salida de condiciones determinantes.

El intersticio social, ofrecido por Bourriaud en su *Estética relacional* (2008) plantea ver el arte como institucionalizado y reconocido dentro de un sistema de tendencia capitalista, donde la recepción de los textos solo se da en circuitos más cerrados y elitistas,

alentando a desarrollar la individualidad y la creatividad, y permitiendo que las cualidades de la obra aparezcan inherentes a la persona misma del agente; con ello ofrece a la obra prestigio, reputación, crédito, fama, notoriedad, honorabilidad, autoridad y buen gusto por el simple hecho de ser producida por cierto autor. Así entonces, la reputación del autor y su trabajo de movilización social se traducen en capital simbólico: "no es más que el capital económico o cultural en cuanto conocido y reconocido" (Bourdieu, 1987, como se citó en Joerges & Nowotny, 2003, p. 160), que al ser mediatizado en las escuelas, los intelectuales, la moda y los medios de comunicación —y estandarizando los consumos culturales— establece el universo simbólico.

Lo anterior quiere decir que el arte, como objeto social, es el único campo en donde los participantes del juego comparten una serie de referencias y deberes comunes en términos históricos, lo cual no significa que tenga que ver con el tema de la identidad, sino con determinada *dialéctica* cultural propia de Suramérica. La obra de los artistas que utilizan como pretexto la ciencia y la tecnología en este continente utilizan su nombre y deconstruyen los consumos mediáticos, con el objetivo de distinguirse de la distribución desigual de los bienes culturales.

Estas expresiones sociales parten, particularmente, de una tensión en la esfera pública donde las palabra 'artista' es reemplazada por 'productor', 'artífice', 'artesano' o incluso 'loco'; y 'espectador' es reemplazada por 'usuario', 'intérprete' o 'prosumidor' con el fin de significar la crisis de estas actividades humanas y otras distinciones en una comunidad que promueve lo mestizo, lo impuro y lo contaminado, fuertemente atravesado por un componente ideológico.

Las obras analizadas exponen una fase de acumulación primitiva, por cuanto el conjunto de los derechos de propiedad instaurados en la tradición constituye un límite imposible de superar para la inscripción del potencial del arte hacia la transformación de la ciencia, la tecnología y la cultura. Para que los vacíos del proceso técnico que aún

no ha llegado se consoliden en un régimen de desarrollo, será necesaria una serie de transformaciones institucionales fuertes que involucren un diálogo entre actividades humanas como el arte, la ciencia, la tecnología y la comunicación. Esto significa que, para expandir el procomún o bien comunal manifiesto en estas experiencias artísticas, es necesario estabilizar sus textos sobre un dispositivo aún más robusto y empático que el mero sistema de las artes.

Referencias

Alonso, R. (1998). Las Primeras Experiencias de Video Arte en Argentina, *Avances Córdoba, 1(2).*

Angenot, M. (2010). *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias.* Córdoba: UNC.

Bourdieu, P. (2011). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Joerges, B., & Nowotny, H. (2003). *Social Studies of Science and Technology: Looking Back, Ahead.* Holanda: Springer.

Bourriaud, N. (2008). *Estética relacional.* Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Fraenza, F. (2003). Carácter social de la ciencia y carácter pretérito del arte. En *Representación en Ciencia y en Arte.* Córdoba: Brujas, Universidad Nacional de Córdoba.

Grippo, V. (2004). Cronología. En *Catálogo Grippo, una retrospectiva. Obras 1971-2001.* Buenos Aires: MALBA - Colección Costantini.

Lotman, I. (1982). *Estructura del texto artístico.* Madrid: Istmo.

Lotman, I. (1990). *The universe of the mind.* Londres: Indiana University.

Lotman, I. (1998). *La semiósfera. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*, Madrid: Cátedra.

Peirce, C. (1878). How to make our ideas clear. *Popular Science Monthly, 12*, 286-302.

Torres, J. (2005). Entrevista. *Ramblá*, 11.

Sebeok, T. (1985). *Contributions to the Doctrine of Signs*. Lanham: University Press.

TERCERA PARTE

Semiótica y literatura

[...] hoy encontramos objetos artísticos que en sí mismos tienen como una movilidad, una capacidad de replantearse calidoscópicamente, a los ojos del usuario como permanentemente nuevos. (Umberto Eco, 1962, Obra abierta)

Figura 3 Portada de *El otoño del patriarca* (1975)

Fuente: http://mla-s2-p.mlstatic.com/el-otono-del-patriarca-garcia-marquez-plaza-janes-5026-MLA4099170003_042013-F.jpg.

HOMENAJE A GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ. APOTEOSIS SIMBÓLICA EN EL OTOÑO DEL PATRIARCA: SOLEDAD Y PODER

Johanna Emilce Cortés Daza
johanna.corts@gmail.com

Alejandro Casas
brisadelcielo39@yahoo.es
Secretaría de Educación de Boyacá

Introducción

Esta ponencia interpreta semióticamente los conceptos de soledad y poder implicados en la obra *El Otoño del Patriarca* de Gabriel García Márquez, ganador del Premio Nobel de Literatura en 1982. Para este caso específico, se parte de la proposición de que el lenguaje construye un código de signos, más o menos arbitrarios o convencionalizados, para exteriorizar un sistema común de significación.

En el ámbito semiótico, este tipo de código es más laxo, más amplio y, por tanto, permite diferentes posibilidades de interpretación.

Es decir, este trabajo no busca particularizar un modo subjetivo de exégesis semiótica del texto en cuestión, sino de mostrar la infinidad de posibilidades hermenéuticas de las que está cargada la narrativa mágica de García Márquez. El método utilizado es el crítico literario, específicamente en su análisis temático sobre la soledad y el poder como ejes que atraviesan la obra.

Se organiza, por una parte, la reconstrucción del personaje con base en una interpretación semiótica, a partir de la relación entre estos dos conceptos. El corpus de análisis temático se construye a partir de diferentes enunciados que personifican al Patriarca, protagonista primordial de la novela, además de hacer hincapié en su obsesión por el poder, cuyo trasfondo implica la ampliación progresiva de su soledad. El resultado de este análisis es un entramado semiótico en la búsqueda de los íconos, signos y símbolos que ilustran, desde una perspectiva histórica nacional, la articulación de estos conceptos con el personaje.

El dictador como personaje en la novela latinoamericana

En el siglo pasado, la literatura latinoamericana dio origen a uno de los personajes más sorprendentes: el dictador. La atrocidad, el poder, el pueblo, la masacre, el olvido y la lucha insaciable por persistir son temas que rodean profundamente a este protagonista como eje de una diversidad de textos de autores latinoamericanos.

A través de híbridos singulares de la narrativa, muchos escritores que forman parte del *boom* de la novela latinoamericana lograron asombrar al mundo entero. El ritmo, la diversidad demográfica, la oralidad y sus experimentaciones ficcionales permitieron un nuevo devenir de esta mágica literatura.

Cuando en la década de los setenta se presentó una sucesión de novelas hispanoamericanas de gran calidad sobre la figura del dictador, representó

> solamente un desarrollo llamativo de una larga tradición en la literatura social de la región. (Mose, 1989, p. 837).

Sin embargo, a nuestro parecer no solo es un desarrollo de la novela social: se trata de una imagen que tiene sus espectros en las fibras insondables de los latinoamericanos. La literatura es una forma de mostrarlas, pero diferentes manifestaciones que no forman parte de ella también tocaron el tema desde un sentimiento inherente a la región misma y a una profundidad espiritual y de dolo conjunto. Podría decirse que mientras la historia latinoamericana tuvo como uno de sus fundamentos explicar la relación de la dictadura como forma de gobierno, la literatura latinoamericana realizó un *plagio mítico* y maravilloso de esta forma de abordar el poder.

Obras como *El Señor Presidente* (Asturias), *Yo, el Supremo* (Roa Bastos), *El recurso del método* (Carpentier) y *El otoño del patriarca* (García Márquez) han retratado este tipo de realidades a través de diversas formas de ficción, cuyo objetivo puede enmarcarse en dos ámbitos: el reflejo de sociedades inacabadas y su función reveladora a través del arte.

Camargo y Polo (1982) señalan que "Carpentier ha sido uno de los primeros escritores que se ha dado cuenta que el dictador hispanoamericano tiene un extraordinario parecido con el personaje central de la novela picaresca española" (p. 81). Esto indica que, si bien el personaje es recurrente en gran parte de la historia de la literatura, se puede afirmar su impacto literario en Latinoamérica como el reflejo de sociedades imperfectas, inacabadas y con una carga de sumisión significativa. Por tanto, aparece la búsqueda de un *mesías* salvador y totalitario, que sea capaz de vivir el mundo por ellas, que sea capaz de exterminar sus principios identitarios y sus razones de ser. En otras palabras, estas sociedades están al acecho de alguien que arrase con sus fundamentos ontológicos. "El caso del hombre de buena fe, el 'superhombre' salvador del pueblo, no es una cosa extraña ni nueva en el mundo y menos en Hispanoamérica —'el más irracional de los

mundos posibles' como lo ha definido Alejo Carpentier—" (Camargo & Polo, 1982, p. 81).

De estos presupuestos podría deducirse que los pueblos latinoamericanos vivimos inmersos en una fábula histórica o en una novela sin fin, bajo el más ignominioso de los poderes: la dictadura. También se podría inferir, de manera inversa, que nuestra historia sobre dictadores, tumbas, masacres, oferta de territorios y empresas públicas no es más que una novela viva, que se escribe bajo los diferentes hechos del mundo propio de este tipo de gobiernos. Camargo y Polo (1982) concluyen que "Entre una oleada de fanáticos y ambiciosos, los pícaros de buena fe han abundado en la historia de nuestros pueblos por más de cuatro siglos" (1982, p. 80).

Contrario de lo que pueda pensarse, existe en el dictador una dualidad paradójica en lo que concierne al concepto de la opresión, aferrada a su humanidad incomprendida. Quizá no es extraño que, históricamente, este tipo de gobernante provenga de espacios de opresión, de pobreza o de exclusión social. No es raro que al encontrar a su pueblo en la crisis absoluta, se ilusione o sueñe con su papel mesiánico de salvación para su patria en el laberinto. Una vez instalado en el poder, empieza a sucumbir ante la ineludible necesidad de gobernar a su acomodo. En ese sentido, parafraseando a Freire, cuando el oprimido accede a ámbitos de poder se vuelve opresor. Los sueños de cambiar la historia de su pueblo se transforman en una pesadilla particular de necesidad de afecto, de comprensión y de hacerse dueño absoluto de lo que tiene: su poder.

Recientemente ha nacido para la inmortalidad Gabriel García Márquez, quien abrió un camino diferente respecto del dictador y su papel en la literatura latinoamericana. De hecho, según el autor (1982), se contaba con el propósito de crear un híbrido de esos personajes abundantes en la historia colombiana: "Mi intención fue siempre la

de hacer una síntesis de todos los dictadores latinoamericanos, pero en especial del Caribe" (p. 86). Así sucede: su personaje está lleno de precedentes históricos que enmarcan un dictador de características múltiples propias de las dictaduras latinoamericanas y del Caribe.

Sin embargo, junto al poder del Patriarca está presente una soledad inconcebible que lo hace prisionero de su propia historia como ser humano y lo reduce a una realidad que lo lastima. No es más que una persona insignificante, trastornada y despreciada por el pueblo. El siguiente fragmento ilustra esa dualidad psicológica, en la que a pesar de su poder, implora a su madre (necesidad de comprensión) y sus deseos acérrimos de venganza (poder de opresión):

> "[...] Mientras él arrastraba sus grandes patas de elefante mal herido suplicando de rabia madre mía Bendición Alvarado, asísteme, no me dejes de tu mano, madre, permíteme encontrar el hombre que me ayude a vengar esta sangre inocente [...]" (García Márquez, 1975, p. 265).

En términos literarios, el dictador tiene una connotación tremendista: nada más parecido a la realidad latinoamericana. Al respecto afirma Flores Espinoza (2006):

> La orientación de la literatura latinoamericana con respecto al tema del dictador se ha basado principalmente en representar, ficcionalizar y mitificar la figura del dictador, personaje al que se le atribuyen las calamidades y crueldades debido a su gobierno con "mano dura". (p. 6).

Los pasajes de García Márquez están plenos de imágenes fantásticas, narrados con detalles realistas que le dan un espíritu de fábula verdadera, simbolizados a través de caracteres universales del dictador latinoamericano. Cabe precisar que esta forma de contar la historia tiene una incidencia ideológica, matizada por el asombro de múltiples recursos literarios, icónicos y reales.

La soledad y el poder para el patriarca

Se parte aquí de la premisa de que el poder en el Patriarca es una condición que trasciende hondamente en su soledad. En otras palabras, su soledad se amplía proporcionalmente con su capacidad de poder, pues "[...] cuando lo dejaron solo otra vez con su patria y su poder no volvió a emponzoñarse la sangre con la conduerma de la ley escrita sino que gobernaba de viva voz y de cuerpo presente [...]" (García Márquez, 1975, p. 16). En este caso, su soledad se redime a través de su voz de mando, a través de su simplicidad en la búsqueda insaciable de imperar y tener la certidumbre de encontrar en las acciones de su pueblo el cumplimiento de su dictamen:

> [...] ordenaba que me quiten esta puerta de aquí y me la pongan allá, la quitaban [...], que el reloj de la torre no diera las doce a las doce sino a las dos para que la vida pareciera más larga, se cumplía [...]. (García Márquez, 1975, p. 14).

En el mismo sentido, el Patriarca, dueño absoluto de su poder, afirma desde su orfandad su urgencia de dominar, puesto que

> [...] la primera vez que lo encontraron, en el principio de su otoño, la nación estaba todavía bastante viva como para que él se sintiera amenazado de muerte hasta en la soledad de su dormitorio, y sin embargo gobernaba como si se supiera predestinado a no morirse jamás. (García Márquez, 1975, p. 14).

Esta sensación de inmortalidad termina cuando duerme: el ámbito de su soledad se somete a un encierro autoimpuesto para sus horas de sueño. Es decir, su poder gobierna en sí mismo como un misterio letal que lo conmina a obedecerse, a aprisionarse, a encontrarse en el enigma de su ensueño "[...] se escuchaba el ruido de estrépito de las tres aldabas, los tres cerrojos, los tres pestillos del dormitorio presidencial, y se oía el golpe del cuerpo al derrumbarse de cansancio en el suelo de piedra [...]". (García Márquez, 1975, p. 17).

Por otra parte, en lo que concierne a sus rasgos particulares, el Patriarca es una figura inconcebiblemente vieja, porque había "[...] cambiado tanto [...] que a Bendición Alvarado le parecía que él estaba más viejo que ella, la había dejado atrás en el tiempo [...] y la había asaltado una compasión que no era de madre sino de hija" (García Márquez, 1975, pp. 71-72). Estaba preso del tiempo "con el uniforme de lienzo sin insignias, las polainas, la espuela de oro en el talón izquierdo, más viejo que todos los hombres y todos los animales viejos de la tierra y del agua" (García Márquez, 1975, p. 4).

Su vejez, como puede notarse, es percibida por un ser demasiado cercano: su madre, Bendición Alvarado. Pero más allá de esa descripción, su figura para muchos es un fantasma: "[...] desde niños nos acostumbraron a creer que él estaba vivo en la casa del poder porque alguien había visto encenderse los globos de luz una noche de fiesta" (García Márquez, 1975, p. 4). Esta imagen ilusoria se refuerza durante varios fragmentos de la novela que dan al Patriarca sensaciones simultáneas de omnipresencia y ausencia absoluta: "[...] alguien había contado que vi los ojos tristes, los labios pálidos, la mano pensativa que iba diciendo adioses de nadie a través de los ornamentos de misa del coche presidencial" (García Márquez, 1975, p. 4).

Como se dijo en el acápite precedente, la personalidad del Patriarca es una amalgama de múltiples dimensiones sobre varios dictadores del Caribe. "Sin embargo, la personalidad de Juan Vicente Gómez era tan imponente y además ejercía sobre mí una fascinación tan intensa, que sin duda el Patriarca tiene de él mucho más que cualquier otro", afirmó García Márquez (1982, p. 86). Este dictador es general, como el Patriarca; encuentra en la demagogia democrática su permanencia en el poder, como el Patriarca —con su recua de militares, ministros y aduladores—; encuentra en su madre la razón de su existencia privada, como el Patriarca y su madre, Bendición Alvarado; y es terrateniente como el Patriarca; entre otras afinidades.

En consecuencia, el Patriarca procede de una multiplicidad de avatares históricos y narrativos que se consuman en un poder absoluto

y en una soledad también de carácter absoluto. Si pudiera resumirse con una sola frase *El otoño del patriarca*, el Nobel afirma que es "un poema sobre la soledad del poder" (García Márquez, 1982, p. 87), cuyo trasfondo particular se enmarca en la orfandad y en la expresión totalitaria de su autoridad.

El símbolo del poder. Casualidades históricas

Uno de los símbolos más significativos en la obra, y que gira en torno del poder, es la bolita de vidrio. Su implicación semiótica radica en la figura de la mano de Dios que sostiene el mundo. Aquí se refuerza una vez más la imagen del dictador como mesías, o como una entidad de origen divino. Esta alegoría trasciende de tal forma el texto que el protagonista, a pesar de haber trasegado por diferentes batallas y luchas —propias e impropias de los regímenes conservadores de tendencia federal— asume el poder de forma sintética y temporal.

> Detentar el poder es simplemente un estado que hubo de tener un alto costo para el Patriarca, pero que ahora constituiría una etapa de placidez y de sosiego: "[...] no en estos tiempos fáciles en que el poder es una materia tangible y única, una bolita de vidrio en la palma de la mano, como él decía [...]. (García Márquez, 1975, p. 72).

Una de las coincidencias históricas se presenta en el Himno Nacional de Colombia: "Hoy que la patria se halla herida, / hoy que debemos todos combatir, combatir, / demos por ella nuestra vida, / que morir por la patria no es morir, es vivir". Este es uno de los estribillos provisorios del himno colombiano, que tuvo gran acogida en instituciones educativas y escuelas militares. En la obra, García Márquez (p. 137), hace una crítica a este fragmento en la obra, cuando un muchacho *con fiebre en los cañones* se aproxima a su oficina para exterminar cualquier régimen conservador, porque según él "[...] no hay gloria más alta que morir por la patria, excelencia [...]" (p. 137). Esta posibilidad es contemplada por el Patriarca, quien replica: "[...] no seas

pendejo, muchacho, la patria es estar vivo, es esto, le dijo, esta bolita de vidrio que es algo que se tiene o no se tiene, pero que sólo el que la tiene la tiene [...]" (p. 137).

En realidad, esto no es tan anecdótico, pues como puede notarse, uno de los lemas del Ejército colombiano está basado en esas palabras del muchacho. Allí, de alguna manera, se refleja la juventud de quien sueña un mejor futuro para su país aun a costa de su vida, así como la voz de la experiencia y del poder: "la patria es estar vivo". En consecuencia, la bolita de vidrio indica al joven que no tiene el suficiente poder para lograr sus objetivos y al viejo Patriarca, la magnitud incalculable de su poder esférico.

Por otra parte, la alusión a la bolita de vidrio se conjuga nuevamente con su soledad y se establece como una práctica insaciable:

> Había tratado de compensar aquel destino infame con el culto abrasador del vicio solitario del poder, se había hecho víctima de su secta para inmolarse en las llamas de aquel holocausto infinito, se había cebado en la falacia y el crimen, había medrado en la impiedad y el oprobio y se había sobrepuesto a su avaricia febril y al miedo congénito sólo por conservar hasta el fin de los tiempos su bolita de vidrio en el puño sin saber que era un vicio sin término cuya saciedad generaba su propio apetito hasta el fin de todos los tiempos mi general. (García Márquez, 1975 p. 110).

A la luz del enunciado anterior se encuentran las siguientes casualidades, que además para el caso particular pueden tomarse como proféticas: *el vicio solitario del poder* y la terquedad a toda costa de lograr la reelección presidencial; *el holocausto infinito* y las masacres de San Roque[1] e Ituango[2], entre otras, cuyos procesos se encuentran abiertos en la Comisión Internacional de Derechos Humanos; *la falacia y el crimen;* las 'chuzadas'; y la parapolítica.

[1] Véase: http://www.verdadabierta.com/politica-ilegal/el-estado-y-los-paras/3562-los-paras-que-han-salpicado-a-alvaro-uribe.
[2] Veáse: http://www.elespectador.com/articulo89983-paramilitar-implica-uribe-masacre-de-el-aro.

En consecuencia, una de las virtudes de quien se dedica a la Literatura consiste en una visión profética del mundo. Infortunadamente, para Colombia ha sido tortuoso comprender esta magnitud intuitiva del Nobel, pues asimismo

> [...] habíamos agotado nuestros últimos recursos, desangrados por la necesidad secular de aceptar empréstitos para pagar los servicios de la deuda externa [...] siempre a cambio de algo mi general, primero el monopolio de la quina y el tabaco para los ingleses, después el monopolio del caucho y el cacao para los holandeses, después la concesión del ferrocarril de los páramos y la navegación fluvial para los alemanes, y todo para los gringos [...] (García Márquez, 1975, p. 284).

Por ejemplo, de la privatización en Colombia no se salvó ni siquiera el petróleo "con la venta de acciones de Ecopetrol, proceso que se inició en 2003 con la venta del 10 por ciento del capital de la empresa estatal a particulares" (Otero, 2011). En ese sentido, es pertinente apuntar que para los pueblos latinoamericanos no ha sido posible comprender económicamente el mundo. El caso de Colombia es bastante preocupante, pues casi todo está en manos de esos poderes económicos de las multinacionales, las políticas del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional, cuyos intereses particulares subsumen al país en la más desastrosa pobreza.

El símbolo de la soledad. Casualidades históricas

En torno de la soledad del Patriarca se pueden reseñar dos símbolos cruciales que están encuadrados en sus horas de sueño: las tres aldabas, los tres cerrojos, los tres pestillos y, por otra parte, el mar. En cuanto al primer símbolo se refleja su inseguridad, pues para dormir requiere de un encierro que lo asegura de todo peligro. Nunca durmió con otra persona en aquel cuarto donde habría de morir: ese cuarto con su triple seguro le proporciona cierta tranquilidad, pero jamás totalmente, puesto que

> [...] la vida se volvió tan áspera que él temblaba ante la idea de encontrarse solo entre la gente de los sueños [...], [pues] "[...] pasó las tres aldabas, los tres cerrojos, los tres pestillos [...], despertó empapado en sudor, estremecido por la certidumbre de que alguien lo había mirado mientras dormía, alguien que había tenido la virtud de meterse sin quitar las aldabas [...]. (García Márquez, 1975, p. 90).

El terror a la muerte, al enemigo e incluso a la vida es propio del Patriarca. Una casualidad histórica tiene que ver con la cifra escandalosa del esquema de seguridad de más de cien hombres del expresidente Álvaro Uribe. Este terror se da en las cosas más sencillas en la vida del Patriarca y aumenta con la soledad que se impone a su forma de vivir. Por otra parte, el mar implica semióticamente el ideal de vida del Patriarca. Ante la insistencia de los diferentes gobiernos extranjeros para vender el mar, el personaje se niega sistemáticamente, pues es su bien más preciado, su única defensa en contra de la muerte y la soledad. En un primer momento, el Patriarca afirma:

> [...] imagínese, qué haría yo solo en esta casa tan grande si no pudiera verlo ahora como siempre a esta hora como una ciénaga en llamas, qué haría sin los vientos de diciembre que se meten ladrando por los vidrios rotos, cómo podría vivir sin las ráfagas verdes del faro, yo que abandoné mis páramos de niebla y me enrolé agonizando de calenturas en el tumulto de la guerra federal, y no crea usted que lo hice por el patriotismo que dice el diccionario, ni por espíritu de aventura, ni menos porque me importaran un carajo los principios federalistas que Dios tenga en su santo reino, no mi querido Wilson, todo eso lo hice por conocer el mar [...].(García Márquez, 1975, p. 257).

En esta dimensión particular del Patriarca puede observarse que, más allá de su inconmensurable poder, está ese sentimiento de humanidad que se aferra a lo más hondo de su espíritu. El mar termina como ese instante secreto de la plenitud buscada en su existencia. En la patria del dragón del Patriarca, todo se vende menos el mar; sin

embargo, hay un segundo momento en el que el territorio no tiene otra cosa de valor salvo el mar. Ante la inminencia de su desastre, el Patriarca cede:

> [...] él golpeó la mesa y decidió que no, bajo su responsabilidad suprema, hasta que el rudo embajador Mac Queen le replicó que ya no estamos en condiciones de discutir, excelencia, el régimen no estaba sostenido por la esperanza ni por el conformismo, ni siquiera por el terror, sino por la pura inercia de una desilusión antigua e irreparable, salga a la calle y mírele la cara a la verdad, excelencia, estamos en la curva final, o vienen los infantes o nos llevamos el mar, no hay otra, excelencia, no había otra, madre, de modo que se llevaron el Caribe en abril [...]. (García Márquez, 1975, p. 313).

El tercer momento es más dramático, pues "[...] tuve que cargar solo con el peso de este castigo, tuve que firmar solo pensando madre mía Bendición Alvarado nadie sabe mejor que tú que vale más quedarse sin el mar que permitir un desembarco de infantes [...]" (García, 1975, p. 314). Este momento de la venta del mar tiene una afinidad histórica con nuestra patria, acostumbrada a separarse de sus tierras y de sus aguas. Basta ver el caso del canal de Panamá y las recientes pérdidas de las aguas territoriales en manos nicaragüenses. Este momento es inherente a una concepción inversa que se da durante toda la novela: cuanto más poder tiene el Patriarca, también se amplía su soledad. Sin embargo, en el último instante de su otoño, cuando entrega el mar parece haber perdido su poder; y su soledad ahora es un océano infinito.

Conclusión

Después de reconocer en diversos enunciados las relaciones que se dan entre soledad y poder en *El otoño del patriarca*, se puede concluir que hay otro tipo de temáticas que pueden hacer más luz respecto del universo de la novela, tales como el amor y la soledad en el poder, la religión y el poder, las masacres y la obsesión por el poder y la crueldad y la miseria, entre muchas otras. Así pues, es necesario volver la mirada una y otra vez sobre la novela desde diferentes enfoques y posturas que

permitan una luz para su interpretación semiótica. Este ejemplo supuso comprender que la soledad y el poder son situaciones inherentes a las dictaduras, por lo menos para este tipo de ficciones literarias. Por otra parte, la deconstrucción del personaje implicó hallar ciertas afinidades históricas de la novela con la situación colombiana actual. Si bien los ejemplos aportados no surgen como tal en una dictadura, tienen que ver con una evolución de la misma, disfrazada bajo una fachada democrática. De modo que el ejercicio, además de hacer una incisión crítica a la sociedad colombiana, también permitió hacer un homenaje póstumo al literato colombiano.

Referencias

Camargo, C., y Polo, V. (1985). Gabriel García Márquez: Literatura y mito. "El otoño del patriarca". En *Anales de la Universidad de Murcia. Secretariado de publicaciones*. Murcia: Universidad de Murcia.

Flores, J. (2006). *El dictador latinoamericano y su víctima: yuxtaposición analítica de las figuras literarias en América Latina (siglo XX)*. Augsburgo: Facultad de Historia Filológica, Universidad de Augsburgo.

García Márquez, G. (1982). El *olor de la guayaba. Conversaciones con Plinio Apuleyo Mendoza*. Bogotá: Oveja Negra.

García Márquez, G. (1975). *El Otoño del Patriarca*. Barcelona, Bruguera.

Mose, K. (1989). Formas de crítica social en Gabriel García Márquez. En: AIH Actas X. University of Guelph, Ontario.

Otero, D. (2011). *La privatización en Colombia*. En *Avanzar Colombia*. Recuperado de http://www.avanzarcolombia.com.

CUARTA PARTE

Semiótica del cuerpo

Para construir ese signo femenino hay que sacrificar esa cosa enorme que es el cuerpo (en cuanto secreto, en cuanto lugar fundador del inconsciente). (Roland Barthes, 1982, Lo obvio y lo obtuso).

Figura 4 Coco Chanel, transformadora de la moda y la actitud femenina en el siglo XX.

Fuente: dibujo de Marcela Rey

SUBJETIVIDAD Y REPRESENTACIÓN DE LA IDENTIDAD EN EL CONTEXTO URBANO BOGOTANO

María Cristina Asqueta Corbellini
masqueta@uniminuto.edu, masqueta@yahoo.es
Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Comunicación y moda en la vida urbana

Esta reflexión se genera a partir de los resultados obtenidos por la investigación denominada *Comunicación, vida urbana y moda,* desarrollada durante 2014 con el proyecto inscrito en la Dirección de Investigaciones de Facultad de Ciencias de la Comunicación de UNIMINUTO. Por tanto, resulta posible ofrecer aquí una síntesis de los resultados del documento.

Inicialmente, el problema identificado se ubica en torno a la forma en que la moda involucra e integra a la persona en el contexto urbano bogotano, el cual ofrece una pasarela donde mostrar(se) y, a la vez, ver los atuendos ajenos. La carrera séptima, peatonalizada debido a una decisión política, ha resultado *reterritorializada* —en el sentido que

la definición adquiere con Deleuze y Guattari (como se citó en Dosse, 2009) — por los citadinos como andén de la moda en donde es posible socializar con las diferentes formas de vestir, al igual que perfilar las identidades conformadoras del conglomerado urbano bogotano. El sentido de identidad emerge desde la complejidad de ser con el otro, pero, ¿será suficiente para comprender el alcance del concepto? El marco teórico refiere aspectos de la identidad que sustentan la reflexión.

Inicialmente, la investigación delimitó el espacio semiótico en un territorio ubicado en el centro de Bogotá, en el cual se ha observado, recorrido y documentado durante el trabajo de campo el *look* urbano de esta ciudad. Se consideraron los aspectos estéticos relativos al cuerpo dado que la moda tiene un papel activo en la construcción y socialización de las personas, así como da lugar a comportamientos urbanos que permiten el reconocimiento de las manifestaciones culturales y de la identidad. Al respecto, Alison Lurie dice que "cuando nos encontramos y entablamos conversaciones ya nos hemos hablado en una lengua más antigua y universal" (1994, p. 21). A partir de estos presupuestos se trata de analizar la moda y la comunicación en el contexto urbano bogotano.

Estudios previos

En primer lugar, sobre el vestido se considera la fuente aportada por Roland Barthes, con la publicación de *Sistema de la moda* (1967). El análisis que allí se propone conformó, en últimas, una obra legendaria desde la cual se trataba la sistematización del uso del ropaje. Posteriormente, este documento halló eco en investigadores como Lurie, en *El lenguaje de la moda* (1994). En su obra, esta autora ha seguido, paso a paso, los avances del semiólogo, al tiempo que su documento ha trazado una diacronía del vestir: ¿cuándo el atuendo constituía la moda?

Posteriormente, en los albores del siglo XXI, surgió la revista de la Asociación Internacional de Semiótica, *deSignis* (2001), que en su primer número compilaba numerosos artículos dedicados a las

dinámicas de la indumentaria. Casi todas las obras seleccionadas para estudiar este tema hacen referencia a la casi inexistencia de antecedentes a su propuesta. Por tanto, aquí también se busca realizar un aporte al campo de la semiótica, fundamentada por el carácter cultural, colectivo y tecnológico, cuando se la define como el estudio de *la vida de los signos en el seno de la vida social* (Saussure, 1945, p. 60), dado que esta propuesta adquiere una relevancia especial cuando la semiótica particular de la cual se trata es la moda. No obstante, esto no quiere decir que se alejen otras orientaciones semióticas como la esencial consideración de los signos en tanto correlatos de la realidad, ni las actualizaciones peirceanas de ese fundamento, complementadas por el cognitivismo que permite inferir que el uso vestimentario fusiona casi la totalidad de los elementos, de la corporeidad y del carácter de las personas.

Respecto a la —cómodamente denominada— *semiótica de la moda,* esta abarca también los estudios psicosociales e históricos de la segunda mitad del siglo XX. A ellos pertenece el libro de Margarita Rivière, *La moda, ¿comunicación o incomunicación?* (1977), el cual contiene una propuesta amplia que indaga sobre el papel de la moda en los años en que la historia de España amenazaba con un nuevo contexto. Este trabajo, ambicioso y crítico, destaca el papel contextual, social e histórico de la moda, aunque el análisis de las revistas que aborda resulta demasiado restringido en comparación con la documentación, aun para el estructuralismo. A pesar de esto, constituye un antecedente válido para cuestionar el fenómeno. Sin duda, el magnetismo de la moda alcanza también a la filosofía[1]. Bajo el título "Moda. El poder de las apariencias", la *Revista de Occidente* dedicó su número 366 (2011) a compilar ensayos de varios de los grandes escritores que ha tenido este tema, como Walter Benjamin y Iuri Lotman. Incluyó el "Diálogo entre la moda y la muerte" de Giacomo Leopardi, el que la primera se proclama hermana de la segunda. Sobre estos ensayos, y acerca de la

[1] Asimismo, William James desarrolló ideas acerca de la filosofía del vestir: si bien no constituyen el núcleo de su obra, él armonizaba también con su propio estilo al ataviarse.

sorprendente "Filosofía de la ropa" citada por Wolfgang Iser en *Rutas de la interpretación* (2005), se encuentran referencias en el desarrollo de este documento.

Fundamentación etnográfica e interpretativa

La metodología se origina en la concepción etnográfica, con base en Goffman (2006), para buscar respuestas en la misma situación. Sin embargo, este ítem solo hace referencia a la metodología de manera general y global, a fin de indicar la concepción del método. La investigación también se fundamenta con el paradigma hermenéutico interpretativo y adquiere durante su desarrollo un carácter cuanticualititativo. En las diferentes etapas se aplicaron instrumentos como el trabajo de campo y la encuesta, para posteriormente someter los resultados al análisis y a la interpretación.

La semiótica y los estudios de la moda

El fundamento para la interpretación desde el análisis proviene de la semiótica y de la filosofía, porque el vestido consiste en la representación de la subjetividad y la corporeidad de la persona para reconocer al otro como un igual o como un oponente, como sucede entre los hinchas del fútbol, al punto de desbordar los emblemas del vestido en exclusión de aquellos que no lucen los mismos colores. Además, el argumento teórico de la investigación emerge de la denominada semiótica de la moda, la cual constituye una de las semióticas del espacio en tanto ubica el cuerpo en las puestas en escena, y a las personas en las interacciones y la vida social. En ese recorrido conceptual se hizo la síntesis de los orígenes estructuralistas del análisis textual, hasta involucrar el giro hacia los aportes de las teorías cognitivistas contemporáneas, dado que en la manera de vestir se suele interpretar algo y a alguien.

En cuanto a la implicación de moda con *identidad*, Heidegger (2008) se adentra en la maraña semántica de las posibilidades de identidad, si bien dice que *la identidad pertenece al ser;* igualmente, el

filósofo habla de ser lo mismo (con otro). Esta mismidad del ser como es y del sentido de pertenencia en el *enlace necesario del uno con el otro* (p. 71) se trataría, provisoriamente, de ingresar a la identidad desde ser y pertenecer en el universo de las cosas; en el "septimazo", la vestimenta y la ciudad conforman un espacio donde ser con el otro.

A la vez, la moda permite diferenciar(se) y comprende múltiples caracteres, como parte de las cosas que forman parte del ámbito humano creado por la técnica: el mobiliario, la arquitectura, la gastronomía, la decoración, las artesanías, en y con la ciudad, se relacionan con la moda. Empero, esta investigación opta por las manifestaciones vestimentarias, dada su implicación de la persona en la comunicación y la vida urbana. En el curso de la investigación, al elaborar el punto de vista orientador de la conceptuación del uso vestimentario, se presentaba la disyuntiva de torcer el cuello al monstruo del consumismo, cuya magnitud ha impedido visibilizar los demás elementos componentes del atavío o, antagónicamente solo ver sus brillos; en suma, acá se propone analizar holísticamente el uso vestimentario sin reducir el fenómeno a solo deseo y adquisición. Entonces, si en la moda se funden varios de los aspectos del carácter humano, se avanza y se amplía el punto de vista crítico, dado que adornarse y ataviarse resulta propio e inherente al ser humano en tanto este se identifica y se diferencia, profundizando la personalidad.

"La filosofía de la ropa" y de la moda

Wolfgang Iser (2005) referencia "La filosofía de la ropa" (p. 330) de Diogenes Teufelsdröckh, autor que a su vez está citado en *Sartor Resartus* de Thomas Carlyle. Se entiende por "la filosofía de la ropa" una metáfora, construida a partir de una ironía, sobre la vida misma del autor, quien pasó una crisis que puso su vida en riesgo (p. 319). Entonces vale la pena preguntarse por qué filosofar sobre algo aparentemente superficial o *efímero*. Al respecto, apunta Iser:

> [...] la ropa no es capaz de cubrir la brecha entre una vida vivida y el intento de comprender lo que es la vida; en cambio, cada prenda se convierte en el

> impulso de una producción incesante de ropa, cuyo ajuste y reajuste está destinado a acortar la distancia entre "ser y tenerse". (p. 320).

Este enfoque está orientado a pensar que vestirse presenta un aspecto superfluo, pero que la actitud misma de los portadores de la ropa indica aspectos no superficiales como la belleza, la emoción, la corporeización del pensamiento, la comunicación, la vida social y, también, la transcendencia del ser. Llevar el cuerpo cubierto va más allá de solo *hábito* (Eco, 2005, p. 115). Cada día, las personas piensan cómo ataviarse, seleccionan, relacionan; en definitiva, interpretan la personalidad que construyen y adecúan. En términos de la semiótica, se trata de algo más que solo representación, puesto que involucra las presentaciones estética, emotiva, social y psicológica como puesta en escena de la personalidad. Igualmente, no es posible pasar al azimut para afirmar que vestir consiste siempre en algo transcendental. En síntesis, sería una actividad que compromete las capacidades y habilidades humanas, una de ellas fundamental: la creatividad.

Hay algo esencial del individuo que somos, transformado y traducido en el traje, un yo íntimo transformado en yo social. Con "La filosofía de la ropa" de Teufelsdröckh "[...] una vida se traduce a un motivo de filosofía y la filosofía emergente a una estructura de vida." (Iser, 2005, p. 321) En síntesis, el pensamiento se encarna, a la vez que se mezclan, las formas de ser y actuar esencialmente humanas. Carlyle escribe: "Sin ropa, sin cosa ni carga algunas, ¿qué tenéis, qué cuadrúpedo ambulante sois? La naturaleza es algo bueno, pero no lo mejor: ésta fue la verdadera victoria del Arte sobre la Naturaleza" (como se citó en Iser, 2005). Nuestra naturaleza, esto es, el cuerpo que consta de anatomía y fisiología, va oculto bajo el vestido, por lo cual no es posible conceptuar al vestido solo como una segunda piel superficial y desechable; más bien se trata de un encarnamiento.

A diferencia de los animales, que deben portar toda su vida el mismo plumaje, piel, pelaje o escamas, los seres humanos pueden cambiar su hábito, incluso de manera radical. Los animales que renuevan su piel

adquieren una nueva igual a la que perdieron. Por lo contrario, el vestido de las personas permite también ser ese otro que se quiere ser, que está en la esencia del travestismo. Este no es solo un asunto transgénero: vestir es siempre trans-vestir. "Esta es la plasticidad de la naturaleza humana, que, como tal, no solo permanece intangible sino que parece ofrecerse al moldeado de formas caleidoscópicamente cambiantes" (Iser, 2005, p. 334). Así es como el vestido llega a la fenomenología de la transformación: la moda. En consecuencia, se institucionaliza el cambio de ropaje y se establece el orden, el poder y los dividendos económicos, y la vestimenta ingresa al mapa de la industria. Es una manera de abandonar, si bien nunca totalmente, el cauce del arte y de la filosofía.

Asimismo, en tanto signo visual, se tiende a confundir al atuendo, y a la moda en particular, con solo algo para ver. De esa manera, la única función sería estética: agradar y complacer la mirada, anticipando la *erotización*. Pero el ropaje se funde con la piel, no sustituyéndola sino complementándola. La piel posee el sentido del tacto, el cual —junto con el olfato y el gusto— conforma una semiótica de las emociones, las cuales son convocadas por esas sensaciones-percepciones menos sistemáticas y más viscerales; en el orden semiótico y retórico, se está en presencia de la sinestesia. Por tanto, el fenómeno posee carácter metafórico y metonímico en la presentación del ser humano al tiempo que transfiere sensaciones desde un canal perceptual a los demás, lo cual produce la integración de esos efectos a la personalidad.

Así, sea visual, sonora o táctil, una prenda funge como índice. Según la tricotomía de Peirce se trata de una múltiple articulación: *signos icónicos, indexicales y simbólicos* (Niño, 2013, p. 57) posibles representaciones y remisiones de algo a alguna otra cosa. En cuanto símbolo, los filósofos de la ropa hacen afirmaciones como "en un símbolo hay ocultamiento pero también revelación [...]" (Teufelsdröckh, como se citó en Iser, 2005, p. 336). Barthes (1986), por su parte, opina que esa *cosa enorme* que es el cuerpo oculta, en cuanto *secreto* y *fundador del inconsciente* (p. 110). En el juego de mostrar, exhibir

y ocultar, el vestido y la moda pueden ser inseparables porque ambos fungen como el mismo objeto, de tal forma que ingresan en el ámbito semiótico como la cosa, el signo y el espíritu que los fusiona.

Interdisciplinariedad y la esencia de la moda

La moda actual, en tanto semiótica, resulta fundamentalmente interdisciplinaria y etnográfica. Antes que nada, es necesario considerar que, desde la publicación de *Sistema de la moda,* aún se espera para contar con un hito que actualice los usos vestimentarios. Durante las últimas décadas del siglo XX la semiótica barthesiana pareció no tener parangón, porque de la moda se ocuparon los enfoques psicosociales que, en algunos casos, enfatizaban la representación y lenguaje mientras atribuían significados a los componentes como la forma o el color, acercándose a la semiótica. Luego, Gilles Lipovetsky publicó —con repercusión— *El imperio de lo efímero* (2009), trabajo en el cual propuso el objetivo de contribuir con "[...] la comprensión global del fenómeno" (p. 10). Se le reconoce a *El imperio* la ampliación del lenguaje mediante el cual se explica la moda pero, a la vez, no se valida la conceptuación. Según el autor, la esencia de la moda es su *individualismo* entendido, ya que "con el lujo y la ambigüedad la moda ha comenzado a exponer esa invención propia de Occidente: el individuo libre, despreocupado, creador y su correspondiente, el éxtasis frívolo del Yo" (p. 52). Es posible concordar con esto pero solo en parte, porque desde este punto de vista la moda se caracteriza por la complejidad y la contradicción, como sello que es del hombre.

Entonces, cabe preguntarse: ¿los millones de occidentales que habitan en este planeta, no son en su mayoría trabajadores que persiguen el salario y, por ello, cuidan su imagen como tales al recurrir al vestido? ¿Y las teorías sociales más importantes no son también occidentales? La comprensión de la moda requiere establecer los antagonismos y antítesis que la caracterizan, uno de los cuales ensambla la oposición entre individuo y sociedad sin dificultad, porque son complementarios.

No queda duda de que existen personas con las características dadas por Lipovetsky, pero seguramente en un número pequeño comparado con la mayoría que se dedica a las actividades que demanda *la vida social*. Incluso, la moda no permite permanecer "despreocupado" a quien cuida su imagen en público. Esa actitud parece más apta para una antimoda, la cual permanece fuera del ámbito de esta propuesta de investigación.

Igualmente, parece restrictivo un sistema que solo esté regido por el cambio, cuando lo está por fuerzas antagónicas. Junto con la tendencia a la variación, la apuesta vestimentaria tiende a la vez a la estabilización: de no ser así, la manera habitual de referirse a ciertas prendas —como sucede con el *jean*, el cual "siempre está de moda"— no tendría sentido, según sus propios portadores. Cuando Coco Chanel diseñó su *traje sastre* (Floch, 2011, p. 183) a mediados del siglo XX, no lo hizo para que saliera rápidamente de la preferencia del público; lo hizo para que trascendiera y hoy es un clásico, difundido también en copia. Desechar prendas es un fenómeno del consumo con incidencia de la moda, pero sin que esa acción explique totalmente de qué se trata este fenómeno.

La población

El trabajo de campo del llamado *septimazo*[2] se realizó durante los días viernes de octubre y noviembre de 2013, en el horario de 4 a 6 p. m. en un recorrido desde la calle 22 hasta la avenida 13. En cambio, la aplicación de encuestas comenzó en el parque Santander y se extendió

[2] Según la fuente consultada (Santofimio, 2015), el primer *septimazo* tuvo lugar el 9 de abril de 1948, cuando contingentes de bogotanos desataron indignación sobre la carrera donde había sido asesinado uno de los líderes populistas más importantes de la historia de Colombia: Jorge Eliécer Gaitán. A partir de ese origen político, esta vía se ha constituido en uno de los símbolos bogotanos más representativos. Asimismo, importantes festivales, muestras culturales y carnavales inauguran sus actividades con comparsas que recorren la carrera séptima. En el Bogotálogo (Ospina, 2015), el septimazo se define así: famosa costumbre, de uso generalizado entre los años 10 y 50 del siglo XX, consistente en recorrer la populosa avenida Séptima, con el objeto de procurarse cierta entretención contemplando a las vitrinas y los demás transeúntes. Aunque el masivo desplazamiento de los sectores residenciales a otras zonas de la ciudad, la contaminación y la delincuencia habían alcanzado a erradicar el sano hábito, a finales de la década de 1990, por políticas de la administración distrital, este ha vuelto a hacerse común.

hasta el Teatro Jorge Eliecer Gaitán; dicho proceso se concretó el 1 de noviembre de 2013. La mayoría de los paseantes encontrados en el septimazo —los viernes en la tarde[3]— eran jóvenes (casi el 50%), mientras que población mayor resultaba más escasa. Los resultados indican que, si bien el septimazo es una tradición en Bogotá, ha sido renovada por los jóvenes. Se trata de una *reterritorialización* del espacio urbano, de acuerdo con la propuesta de Deleuze y Guattari (como se citó en Dosse, 2009).

Figura 4.1 Los jóvenes del septimazo

Fuente: Marcela Rey

La moda tiene edad y consiste en la estética de lo joven (Lipovetsky, 2009, p.132). Asimismo, sin importar la edad, llevar prendas al uso rejuvenece y compensa en algo la tiranía temporal a la cual son sometidas las personas después que nacen. En cuanto al género, hombres y mujeres se distribuyen equitativamente en el recorrido urbano del septimazo.

[3] El horario vespertino —viernes de 4 a 6 p. m.—, incide en el atuendo de los paseantes que harán cambios respecto de otros días y horas. En Bogotá, se le llama *viernes cultural* y delimita un horario para tener encuentros con colegas, amigos o de pareja para asistir a las cafeterías, restaurantes, tabernas, casinos y discotecas que se alinean con la carrera séptima, y llenar así este espacio de ocio y goce.

Tabla 4.1 Género de los paseantes en la carrera séptima

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mujer	50	50,0	50,0	50,0
	Hombre	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: creación propia

Por otra parte, la mayoría de los paseantes de la séptima también dicen no pertenecer a ningún grupo o comunidad social, por lo cual se infiere que se rigen socialmente por el estrato que organiza a la ciudad de Bogotá, al cual están naturalizando. En el caso de grupos como tribus urbanas e hinchas, sus miembros pueden inundar la vía en fechas especiales como las celebraciones de su equipo de fútbol, los conciertos (en el caso de las tribus) y el carnaval gay (en el caso de la comunidad LGBTI). Además, cabe mencionar a los deportistas de *skate,* que tienen su día para patinar por toda la Séptima. Sobre las celebraciones religiosas, la Semana Santa transforma el recorrido con las procesiones y las visitas a los monumentos y templos.

La vestimenta del *septimazo*

La encuesta indagó sobre la relación entre el paseo urbano y la moda. Se preguntó a los encuestados si seguían o no a la moda, y los resultados se exponen con la siguiente tabla.

Tabla 4.2 La moda en la carrera séptima

¿Sigue la moda? (carrera séptima)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	13	13	13,3	13,3
	No	44	44	44,9	58,2
	A veces	41	41	41,8	100
	Total	98	98	100	
Missing	99	2	2		
Total		100	100		

Fuente: creación propia

Los paseantes de la séptima se manifiestan indiferentes a las formas de vestir (44%). Esto contradice a Lipovetsky ya que, según él la moda permite *erotizar el cuerpo* (2009, p. 147) y se infiere que se trata de una de las características del paseo urbano bogotano. Erotizar requiere de la ayuda de las maneras de vestir, esto es, que el *look* sea atractivo, sexy, llamativo.

Figura 4.2 Los aspectos espaciales, temporales y culturales significan con la vestimenta el septimazo

Fuente: Marcela Rey

Solo el 13% de los encuestados está consciente de lo anterior, pero el 41% que respondió "a veces" confirmaría la importancia de la calle peatonal como una pasarela y lugar de exhibición, dado que la suma de los dos porcentajes resulta en 54% de reconocimiento. Asimismo, la carrera séptima ofrece una pasarela a los habitantes de la ciudad para mostrar en público diversos *look*, coherentes con la puesta en escena de los viernes en horario vespertino, sobre los cuales ofrecer una evaluación.

Tabla 4.3 Evaluación de la vestimenta

Interpretaciones sobre la moda					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Proteger	10	10,0	10,0	10,0
	Expresar	18	18,0	18,0	28,0
	Agradar	10	10,0	10,0	38,0
	Socializar	14	14,0	14,0	52,0
	Comodidad	41	41,0	41,0	93,0
	Otra	1	1,0	1,0	94,0
	99	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Los resultados mostrados en esta tabla confirman las interpretaciones del ítem anterior. Se da prioridad a la "comodidad", mientras que "agradar" queda relegado. Es posible que esto se deba a las consideraciones de vida saludable que comprometen a los bogotanos, las cuales los hacen conscientes de priorizar aspectos ergonómicos relacionados con la vestimenta, los cuales desplazan las demás implicaciones. En síntesis, se trata de la interpretación y del sentido en el ámbito social de la propia personalidad y el cuerpo en tanto se integran con los elementos del atuendo.

Novedad y pertinencia del estudio

En el curso de la investigación se pudo recabar un importante marco teórico a partir de los numerosos estudios abordados por las ciencias humanas y sociales que permite establecer, en coherencia con los resultados, la integralidad de las categorías estudiadas, además de contrastarlas con los resultados del trabajo de campo. El análisis del fenómeno de la moda —complejo— ha requerido un enfoque interdisciplinario en el que con la semiótica confluyen la

filosofía, la estética, la antropología, la psicología, la sociología y la historia, principalmente. La conceptualización del fenómeno dada por los numerosos documentos consultados también contrasta con los resultados de la investigación, pero no solo como contradicción sino también complementando las anteriores constataciones.

En primer lugar, se destaca la identidad, ya que al vestir uno se construye como otro para estar con otros; luego, los aspectos estéticos vinculan al vestido con el cuerpo y la sensibilidad ante una imagen propia. En segundo lugar se destaca la oportunidad, porque la moda y la vestimenta constituyen una oportunidad en la vida social al posibilitar ese otro que se desea ser. La moda también orienta los procesos de comunicación mediante la producción de sentidos, con los cuales se articulan las connotaciones personales y las de grupos identificados por el modo de ataviarse.

Con todo, la novedad del estudio abordado por la investigación de la comunicación, la vida urbana y la moda permite comprender la vestimenta en su significación en el ámbito social y urbano de la ciudad de Bogotá. Teóricos como Barthes y Lipovetsky se centraron en los aspectos estéticos y en la semiótica del cuerpo que es la moda: en síntesis, hicieron abstracción del fenómeno; pero los urbanos bogotanos no parecen interesados en ese potencial, sino que privilegian la "comodidad" con sacrificio de la esperada "elegancia" que la tradición "rola" integró al paseo céntrico. Posiblemente, la necesidad de "agradar" también comparte la pasarela, pero ha estado apenas presente en la conciencia de los paseantes de la calle peatonal. Del mismo modo, resultaba de interés para la investigación conocer si los encuestados podían dar razón del carácter social del vestir, ya que el traje posee ese carácter desde la misma definición, pero "socializar" también ha sido relegado por la "comodidad", de acuerdo con los porcentajes mostrados por la tabla 4.3. Sin embargo, si bien la documentación fotográfica muestra sudaderas u otras ropas deportivas, la mayoría de los paseantes usa vaqueros ajustados; y la población femenina luce botas y tacones que no parecen precisamente "cómodos" sino estilizados, elegantes y feminizantes.

Referencias

Barthes, R. (1986). Erté o al pie de la letra. En *Lo obvio y lo obtuso* (109-119). Barcelona: Paidós.

Benjamin, W. (1997). Moda y ciudad. En *Proyectar la comunicación*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

DeSignis. (2002). *La moda, representaciones e identidad*. Barcelona: Gedisa.

Dosse, F. (2009). *Gilles Deleuze y Félix Guattari. Biografía cruzada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Goffman, E. (2006). *Frame Analysis*. Madrid: Siglo XXI.

Iser, W. (2005). *Rutas de la interpretación*. México: Fondo de Cultura Económica.

Heidegger, M. (2008). *Identidad y diferencia*. Barcelona, Anthropos.

Lipovetsky, G. (2009). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós.

Niño, D. (2013). Signo peirceano e integración conceptual: una perspectiva de síntesis. En *Ensayos Semióticos II*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Ospina, A. (2015). *Bogotálogo*. Bogotá: Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte. Recuperado de http://bogotalogo.com/wiki/index.php?title=Septimazo.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: Espasa-Calpe. Recuperado de http://dle.rae.es/?w=diccionario.

Rivière, M. (1977). *La moda, ¿comunicación o incomunicación?* Barcelona: Gustavo Gili.

Santofimio, A. (2015). De vuelta a la cultura de El Septimazo. En *Plaza Capital, 32*. Recuperado de http://portal.urosario.edu.co/pla_2004_2008/articulo.php?articulo=1020.

Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.

LA MINIFALDA: UNA FILOSOFÍA DE LIBERTAD

Claudia Patricia Zuluaga García
claudia_zuluaga@cun.edu.co
Corporación Unificada de Educación Superior

La moda caduca pero el estilo jamás
(Coco Chanel)
Un buen diseño puede soportar la moda diez años
(Yves Saint Laurent)

Vincular filosofía y minifalda no es tan descabellado

En el contexto de la liberación femenina, se pueden mencionar hechos claves que impulsaron y aceleraron el proceso de emancipación de las mujeres, especialmente en el siglo XX. Se pronuncia uno de ellos —el cual ha sido tratado como superfluo durante más de cincuenta años[1]— como digno de estudio: la minifalda. Llevar este artículo de moda

[1] El fenómeno del vestido, a menudo tratado de manera superficial como frívolo, constituye sin embargo un tema relevante desde el punto de vista antropológico, según Squicciarino (1996, p. 9).

a participar de una postura filosófica y semiótica no es tan complicado, pues la carga de emociones y el discurso que esta ha generado (con posturas políticas, sociológicas y religiosas a través de las décadas, en las que se incluyen los años sesenta del siglo pasado) es tan fuerte y profunda que el clero y otras instituciones se opusieron a su uso. Pero la minifalda supuso algo más, se convirtió en un símbolo de liberación femenina y en el "uniforme" de una nueva cultura: la pop.

La minifalda marcó la historia y aun en estos días del siglo XXI sigue haciéndolo. Por haber permitido a la mujer mostrar más sus piernas que nunca, representó la democratización de la moda y ayudó a impulsar un movimiento para el desarrollo social y la liberación sexual que inició en la década de 1960. Esta prenda se define como una falda que, a su vez, es interpretada como signo de feminidad: al igual que el vestido, puede agregar o restar importancia en su porte según su largo.

Dentro de la filosofía la postura que tuvo la religión católica al respecto fue digna de todo un tratado que inició el Papa Juan XXIII con el *Opus Vitae*, recogido años más tarde por Pablo VI, su sucesor, en 1964, documento en el que se trató fuertemente el asunto de la prenda en cuestión, y con esto, la revolución sexual y la píldora anticonceptiva. A este respecto, el concilio Vaticano II tiene una dimensión simbólica: la Iglesia católica abrió la puerta a la modernidad, pero quedó la duda sobre los anticonceptivos; Pablo VI creó una comisión para estudiar el tema, que terminó por condenarlo. Aquel fue un período de crisis porque todo estaba en debate.

A dicha crisis se sumó la postura de ciudadanos londinenses, quienes se agolpaban en las vitrinas mientras aludían a la prenda como aberrante, a la vez que las compradoras se agolpaban para adquirirla. Caso diferente se vio en los Estados Unidos: el país libre la usó de manera más contundente y sin algarabías tan fuertes; rápidamente las modelos, actrices y cantantes vistieron la prenda y la lucieron, marcando una pauta de seguidores que pronto la convirtieron en una prenda cotidiana.

Signos y reglas para comprender este mensaje

Cabe decir que la minifalda es un signo visualmente perceptible que consta de dos tipos: uno de carácter sensible, visual; y otro formal, ligado a lo visual pero que constituye los elementos del acto humano.

> La minifalda de Mary Quant en 1964 y el vestido Mondrian de Saint Laurent, al año siguiente. Cada uno de estos hitos de la historia del vestuario sirve para estudiar la moda en relación a la economía, el arte o la sociología, ya que remiten a relaciones comerciales, a los códigos sobre lo que era o no estético y las normas de comportamiento social que existían en determinados momentos históricos. (Del Villar, 2010)[2].

Esto significa que la ropa, o en general, el atuendo, expresa un modo de vida: es lo que hoy se entiende como *hipster*[3], aunque la palabra se empezó a utilizar hace ya varias décadas. Se refiere también a lo que hoy se expresa en las tendencias de moda y de decoración —en general, de diseño— como *vintage*, aunque en 1940, la palabra *hipster* en 1940 se vinculó más a la moda que acompañaba al jazz.

Estos códigos de estilo contienen un fuerte mensaje que modifica, según la ocasión, la época y la situación, el acto cotidiano de antes. Así, preguntas como ¿para qué la uso?, ¿para qué me la pongo? y ¿qué quiero con esto? son reflexiones que se propone una mujer con el ejercicio del uso de esta prenda.

El valor simbólico de este atuendo está en interacción con una forma de comunicación no verbal: es una forma de lenguaje visual que

[2] Sociólogo, doctor en semiótica, vicepresidente de la Federación Latinoamericana de Semiótica y director de Investigación del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.
[3] *Hipster* es un anglicismo empleado para referirse a una subcultura que se caracteriza por tener gustos e intereses asociados a lo *vintage*, lo alternativo y lo independiente; ostenta un *look* y una interpretación de la moda absolutamente particular y una sensibilidad variada, inclinada a estilos de vida alternativos, que se arraiga en el rechazo a las corrientes culturales predominantes (Significados.com, s. f.).

se articula con implicaciones sociales, psicológicas y culturales diversas. La minifalda, junto a las situaciones cotidianas que genera, son códigos simbólicos y discursos afines; en la realidad social, la vida cotidiana y el mundo de la moda son un ámbito de sentido interactivo, y las sociedades modernas de los *mass media* han incorporado la moda a su forma de expresión. Las pautas urbanas se involucran en una progresiva interacción entre el mercado, las usuarias, la moda y su lenguaje, las tendencias y la publicidad.

A comienzos de la década de 1960 se abrió un campo diferente al existente, con nuevos códigos dignos de análisis.

> Bajo el estímulo de las investigaciones realizadas en el campo de la lingüística y de la etnología, a la luz del psicoanálisis y de la antropología filosófica, de la de la sociología y de la semiótica, en un clima de fecunda colaboración interdisciplinar, se ha ido consolidando el interés por el cuerpo y su lenguaje. El cuerpo se identifica como una expresión correlativa de artículo, como vehículo a través del cual puede ser transmitido incluso lo que esta inhibido en la palabra y en el pensamiento consciente. El cuerpo es una estructura lingüística. (Squicciarino, 1996, p. 18).

Desde la visión de Squicciarino, el punto de vista del ser individual y social da un valor y una interacción armónica al vestido (en el que se encuentra la minifalda) con una comunicación corporal dentro de la que se encuentran múltiples implicaciones psicológicas. La indumentaria es entonces una extensión del "yo"; y la minifalda no cumple solo una función como resguardo del pudor: por lo contrario, está destinada a acentuar el erotismo en la medida que oculta, por un lado, y desvela, insinúa o acentúa, por otro.

Desde estos aspectos, la vida cotidiana se convierte en un espectáculo donde los actores del diario se convierten en protagonistas de su propia sinergia moda-vida-cotidianidad, en la cual la minifalda expresa más de lo que se puede llegar a imaginar. A partir de la década de 1960, cuando surgió esta prenda, afloró un sinnúmero de análisis

enfocados a la comunicación no verbal, a raíz de los cuales se vislumbró una oportunidad para el estudio serio del fenómeno del atuendo.

Se utiliza aquí el término 'atuendo' porque existe una diferencia substancial entre este y 'vestido'; mientras el primero se refiere de modo específico a las prendas para cubrir y proteger el cuerpo, el segundo tiene un alance más amplio: indica el vestido, a la vez que el adorno del cuerpo como el tatuaje, el *piercing* o la pintura y maquillaje que, sin lugar a dudas, forman parte del cuerpo, de su lenguaje y de su manera de expresarse. En los sesenta, este término se expandió como parte fundamental del total de un vestido, que implica códigos con accesorios, maquillajes y demás formas para adornar el cuerpo.

El vestido y el adorno del cuerpo han formado parte de la cultura, la sociedad y el lenguaje del hombre desde tiempos inmemoriales. Corresponde a lo que el sociólogo canadiense Erving Goffman (1959) llamó glosario del cuerpo o *body gloss*, que es lo que nos permite comunicarnos y presentarnos ante los otros mediante señales no verbales.

Los códigos, las señales y los símbolos tienen la función de coordinar una acción entre la minifalda y el cuerpo como estructura de comunicación. Esto se da por medio de combinaciones, maquillaje, avisos, posturas o formas de llamar la atención; empero, un rasgo fundamental de esta comunicación radica en que siempre está determinada por el concepto de estética,[4] emitido por los diferentes actores en una postura subjetiva que se ejecuta desde la minifalda y lo que transmite.

Resulta claro el hecho de que se establece aquí una conducta en la relación del hombre con su entorno bajo la denominación de códigos

[4] "Por eso los signos estéticos son imágenes de la realidad. (...) el signo estético se libera de toda convención y el sentido adhiere a la representación. (...) signos espontáneos que acaban de nacer y que solo acceden al verdadero status semiológico en la medida en que se generaliza y la relación significante se explicita" (Guiraud, 1999, pp. 88-89).

lógicos y estéticos. Pero, además, este individuo se inserta en la sociedad y de ella adquiere otras conductas y experiencias con lecturas que varían en aspectos como los estados de ánimo y económicos o la capacidad de consumo, los cuales están inmersos en este comportamiento.

En *Historia de la belleza,* Eco (2004) concluye y afirma que la belleza de los años sesenta del siglo XX es una belleza de los *media*, una provocación del consumo.

> Los que acuden a visitar una exposición de arte de vanguardia, compran una escultura 'incomprensible' o participan en un happening van vestidos y peinados según los cánones de la moda, llevan vaqueros o ropa de marca, se maquillan según el modelo de belleza propuesto por las revistas de moda, por el cine, por la televisión, es decir, por los medios de comunicación de masas. Siguen los ideales de belleza del mundo del consumo comercial. (Eco, 2004, p. 419).

Dentro de las tendencias se encuentra la comunicación y lo que estas contengan: abordan todos los modos, en especial los visuales. Por tal motivo se encuentra la moda en primer orden en los medios de comunicación. Asimismo, las tendencias influyen porque quienes portan la moda son iconos que se comercializan con todo lo que contenga una belleza estereotipada por la tendencia del momento. La minifalda no escapó a este sistema; por lo contrario, este le dio un gran poder en virtud de la controversia que desató en los medios, el arte y el cine, y los signos que esta contenía.

> Y el tema de la influencia de los medios de comunicación es algo trascendental en el ejercicio de la moda, pues los cánones de las épocas se visten de moda según estas características, las tendencias, que marcan la moda y también traen consumo una marca, la minifalda no fue la excepción. "En Francia, las tendencias aparecieron durante el periodo que los franceses denominan los Treinta Gloriosos, entre 1946 y 1975, con el nacimiento del consumo de masas. (Erner, 2010, p. 33).

Según Eco, este consumo masivo del que habla Erner se dio en la década de 1960, atribuido a los nuevos sistemas de economía y a las políticas neoliberales que se daban en esa década. Allí aparecieron los conceptos de cultura de masas y consumo.

Este sistema de consumo constituye uno de los aspectos más interesantes de la cultura hedonista contemporánea, en relación con la revitalización del cuidado del yo y de la preocupación moral y estética por la realización personal; busca una afirmación personal y un reconocimiento, al mismo tiempo que comparte un espacio de su entorno local.

> Nuestra civilización capitalista postindustrial se apoya en el consumo, y bajo este lema se halla cualquiera de sus manifestaciones. Modas y estilos discurren en cambio constante y se hacen efímeros para dar paso a nuevas tendencias. Las innovaciones provocan cambios permanentemente. La cultura, el arte, la ciencia se consume casi como si se tratara de "comestibles". Las multiformes imágenes callejeras nos imparten constantes mensajes de cambio: el cine, la publicidad, la televisión. Los aparatos electrodomésticos, los vestidos, la música todo cambia y nos transforma. (Eco, 1973, p. 41).

La minifalda, concebida por la diseñadora de modas Mary Quant y el diseñador francés André Courrèges, se asocia con la revolución sexual de la década de 1960. Fue popularizada por la visionaria Mary Quant, quien en 1962 presentó su versión con un largo escandaloso de 34 centímetros, basada en los automóviles Mini Cooper. Las mujeres realizaron con esta prenda una conquista que se convirtió en un fenómeno de masas, y se asocia con la revolución sexual, la píldora anticonceptiva y la liberación femenina, por medio de la cual la mujer ganó lo opción de votar y tomar decisiones políticas. Así, la minifalda alcanzó escaños muy importantes que dieron a la mujer un empoderamiento —el cual maneja hoy con independencia absoluta—, lo cual hizo posible que la mujer tuviera roles profesionales para obtener ingresos equivalentes a los de sus compañeros de trabajo. Toda una revolución sexual detrás de la invención de la minifalda.

Emblema de los rebeldes años 60 del siglo XX, la minifalda sigue siendo clave en el guardarropa femenino

La "invasión" cultural británica pop, de los *Beatles* al *Swinging London*, fascinó a los jóvenes norteamericanos sedientos de libertad, en busca de una elegancia menos estricta y más osada. El dobladillo seguía subiendo cada vez más, por encima de las rodillas.

> Courréges, que elabora una moda que emancipa a las mujeres de los tacones altos, de los sujetadores, de los vestidos [...] La minifalda había aparecido ya en 1963, pero fue Courréges quien logro otorgarle un estilo propio [...] registra en la moda el ascenso irresistible de los valores propiamente juveniles, teen-agers [...] se consagra decididamente a la adolescente como prototipo de la moda. (Lipovetsky, 2002, p. 124).

Los *mass media* y su multiplicidad, el cine y la televisión, estimulados por la nueva cultura, hacen que el aumento de la minifalda se convierta en una pasión de la moda. Estos signos de la moda contemporánea han redundado en estéticas actuales, las cuales no permiten que este lenguaje de la moda se pierda con las tendencias que, año tras año, aparecen para ser aceptadas por los diseñadores como una ruta para su discurso de comercialización. En su momento, lo anterior ocasionó una verdadera revolución en el sistema simbólico; se puso en marcha en la década de 1960 y generó un estilo que se mantiene casi intacto. En aquella década, la moda adquirió una connotación joven que significaba ironía, juego, emoción y libertad, elementos que se expresaban como un estilo de vida. Hoy, la moda ya no es para jóvenes, aunque ellos son los que más consumen; algunas mujeres maduras y otras más osadas usan la minifalda sin recibir tantas críticas como en épocas pretéritas, en las que esta clase de mujeres se encargaban de lucir la alta costura.

Las estéticas modernas —al igual que el arte moderno— son libres y carecen de ataduras a reglas estéticas comunes. Así, la minifalda es

una creación totalmente libre con significados cargados de emociones, pensamientos liberales y empoderamiento femenino, la cual registra un fuerte impulso individualista que consagra la extrema importancia de la imagen, a la vez que pone fin a las tendencias imperativas y a la proliferación de cánones comunes de elegancia y recato.

Desde la sociología, la minifalda se sitúa en el concepto de cotidianidad, a partir del cual se puede afirmar que este atuendo contribuyó a la transformación social de la mujer: dejó a un lado el ser existencialista del periodo de posguerra, desplazado ante este nuevo adminículo de moda que ayudó al avance de los paradigmas sociológicos; dejó las reflexiones conceptuales de la moda; y permitió que el sistema de comunicación de los códigos (donde todos los signos son libres) adquiriera un valor social y moral. Lo anterior por cuanto desde la década de 1960, lo femenino experimentó un fuerte cambio en la silueta; esto se ha conocido como una revolución pues se le suma el maquillaje en los ojos, que afecta los comportamientos individuales y colectivos. La moda refleja el estado social y económico de sus seguidores: es una especie de carrera hacia la euforia del *look*. "La moda ya no es prescriptiva, sino iniciativa, sugestiva, indicativa. En el momento del individualismo pleno, el look funciona a la carta, en la movilidad y el mimetismo abierto" (Lipovetsky, 2002, p. 161).

La minifalda, ideología y estructura del pensamiento contemporáneo

La sociedad es una relación de orden en donde la autoridad desempeña un papel fundamental como causa formal de la misma (García, 2002, p. 51). Hasta aquí, es claro que la comunicación humana y el diseño o comunicación visual tienen impacto y repercuten en lo personal y en lo social, por cuanto el ser humano es individual y social. La existencia de la autoridad es necesaria y su conocimiento debe tener una serie de acciones, que deben ser reguladas y ordenadas en función del bien común.

La minifalda ayudó a los cambios y a las manifestaciones de las transformaciones que se produjeron entre las mujeres y las jóvenes generaciones de la sociedad en los años sesenta del siglo pasado, pues se sumó a este nuevo *look* la comercialización de la píldora anticonceptiva que se colocaba en las manos de las mujeres como instrumento para la sexualidad. Esto incitó a muchas mujeres a quitarse sus brasieres y quemarlos en público, a manera de pronunciación ante la liberación. Estas evidencias en la liberación de las costumbres generaron componentes y posturas fuertes en el pensamiento de las iglesias —además de la católica, cristianas y evangélicas—, las cuales manifestaron su desacuerdo con la minifalda desde su contexto ideológico; aseguraban que "el uso de la minifalda invita al abuso sexual contra las mujeres (...)" (La crónica de hoy, 2008).

Estas posturas se dan desde épocas atrás en la religión católica: San Agustín de Hipona llegó a censurar algunas actitudes y expresiones femeninas, cuestionando la apariencia de las mujeres, esto desde los principios bíblicos, hablan de la posición femenina frente a algunos principios bíblicos.

En 1962 muere el Papa Juan XXIII y deja vislumbrada algunas posiciones frente a lo que se venía después de la comercialización de la píldora anticonceptiva; el Papa que lo sucedió fue Pablo VI que escribió una encíclica, El Humanae Vitae (latín: De la vida humana) Fue publicada el 25 de julio de 1968. Este escrito, que además incluyó el subtítulo Sobre la regulación de la natalidad, detalla la postura que tiene la Iglesia Católica hacia el aborto, los métodos anticonceptivos y otras medidas que se relacionan con la vida sexual humana.

Debido al hecho que la encíclica prohíbe todo tipo de control artificial de la natalidad, su publicación resultó muy controvertida especialmente entre los católicos. Además de hablar degradación de la moralidad, se perdería el respeto por la mujer que podría llegar a ser considerada como objeto de placer, a esto se le sumaba el alto de la minifalda como una provocación. Esto genero tal indignación entre algunos grupos y cleros pertenecientes a la misma religión.

La cuestión del vestido ha sido una de las áreas más sensibles sobre la cual se realizaron varios escritos donde se habla de principios bíblicos y morales. Para otras partes de la iglesia el vestido puede llegar a constituir actitudes de liberales. Las críticas que no sólo provinieron desde fuera de la Iglesia, sino también de dentro de ella. Laicos, teólogos, sacerdotes e incluso algunos obispos manifestaron públicamente sus discrepancias con el texto papal.

¿Por qué causó tanto impacto, controversia y críticas?

La controversia que esto causa está determinada por los temas que en los escritos se trató con respecto a

> la regulación de la natalidad, la anticoncepción, el ejercicio de la sexualidad, el uso de preservativos, etc., son temas de permanente actualidad. Además son temas "transversales", es decir, traspasan toda la sociedad. Afecta a pobres, ricos y clase media, izquierda, centro y derecha, creyentes, no creyentes y agnósticos. (Yáñez, s. f., p. 2).

En pleno siglo XXI aún existen prejuicios con respecto a este tema. Una prenda de vestir que despierta diferentes opiniones respecto de su uso en su momento hace que el punto de vista (que forma parte de los sentidos) del observador resulte tan importante como el del portador. Esta observación parte de la vista, ligada directamente con la visión, esto es, con un juego de conocimientos: se juzga o no según los aprendizajes, es decir, improntas grabadas en la memoria de cada uno y en la colectiva, que determinan las posiciones filosóficas en torno a la prenda.

Para unos, la minifalda es una moda sexy, que expresa el deseo de seducir como recurso para la comunicación desde la publicidad. Esta etapa de la moda se convierte en aliada de esta clase de comercialización y seducción al cliente en el momento de vender; se traduce a una comunicación de masas; es tendencia. "[Es una] teoría contractualista en la que lo que se busca es lograr una sociedad globalizada y justa pero dejando de lado a la ética, a la filosofía y a toda convicción religiosa" (Ocampo, 2009, p. 61).

Conclusión

Los eventos de la liberación femenina, la comercialización de la píldora anticonceptiva y la revolución de los sexos comparten un elemento que los caracteriza: la minifalda. A esta se atribuyen, en algunos casos, las complejas posturas que se adoptaron cuando los hechos señalados ocurrieron.

La comunicación de la minifalda, su significado, lo que contiene como comunicación, lo que despertó en lo comercial y lo que constituyo en la publicidad hace que este artilugio de moda trascienda a un lenguaje en el que puede profundizar desde diferentes aspectos. Este leguaje, que se hizo universal, se ha inmortalizado hasta hoy con las diferentes relaciones que se dan entre el lenguaje del vestido y las imágenes que genera de acuerdo a los contextos, incluso en los que puede interactuar con los significados.

Los signos se forman a partir de la sociedad. Esta los origina por medio de las estructuras que se manejen en el momento, las cuales se dan y se consumen de acuerdo al contexto que una sociedad crea en la cultura occidental, la cual presenta una actitud meramente consumista. Así, la minifalda inundó rápidamente el mercado —en términos contemporáneos se globalizó— y se convirtió en la metáfora de la actualidad.

Estos códigos de comunicación se dieron de la apariencia o la realidad, de acuerdo a las diferentes culturas e improntas que se tienen, con lo cual la minifalda se convirtió en un único lenguaje: "la moda". Es una comunicación, una estructura que es trasversal a muchas culturas de diferentes lugares y edades. ¿Fue la publicidad la que dio esta posición a la minifalda, o esta ayudó a que la publicidad se convirtiera en la comunicación que hoy es? Desde estos ires y venires, la realidad es que esta prenda llegó para quedarse: aunque la postura de la religión la

descalifique y algunas personas la critiquen, sigue ahí; y parece que se queda durante mucho tiempo más, pues se ha convertido en una prenda digna de estar en el guardarropa de toda mujer.

Referencias

Del Villar, R. (2010). *Los múltiples significados de la ropa (Semiótica de moda)*. Recuperado de http://mujer.latercera.cl/mobile/contenido/44_3794_9.html.

Eco, U. (1973). *Los movimientos pop*. Barcelona: Salvat.

Eco, U. (2004). *Historia de la belleza*. Barcelona: Lumen.

Eco, U., Sigurta, R., Livolsi, M., Alberoni, F., Dorfles, G., y Lomazzi, G. (1976). *Psicología del vestir*. Barcelona: Lumen.

Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Gustavo Gili.

García, L. (2002). *El hombre: su conocimiento y su libertad*. México: Porrúa.

Guiraud, P. (1999). *La semiología*. México: Siglo XXI.

La Crónica de Hoy. (2008). Evangélicos critican postura católica de prohibir uso de minifalda. Recuperado de http://www.cronica.com.mx/notas/2008/379665.html.

Lipovetsky, G. (2002). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

Ocampo, M. (2009). *Comunicación semiótica y estética editorial*. México: Trillas.

Romero, M. (2005). *Lenguaje publicitario: la seducción permanente*. Barcelona: Ariel.

Significados.com (s. f.). *Hipster*. Recuperado de http://www.significados.com/hipster/.

Squicciarino, N. (1996). *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid: Catedra.

Toffler, A. (1980). La tercera ola. Barcelona: Plaza & Janés.

Yáñez, E. (s. f.). *Humanae vitae: la valentía, soledad y sufrimiento de Paulo VI*. Ponencia presentada en la Mesa Redonda *Humanae vitae* ¿Nostalgia del pasado o una urgente necesidad? Universidad Adolfo Ibáñez. Recuperado de https://madrugadores.files.wordpress.com/2009/04/humanae-vitae-ponencia-mesa-redonda.doc.

QUINTA PARTE

Semiótica y comunicación

Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos. (Jesús Martín-Barbero, 1991, De los medios a las mediaciones).

Figura 5 La comunicación, el encuentro de las culturas

Fuente: https://pymeactiva.files.wordpress.com/2011/02/la-comunicaci-c3b3n-en-la-empresa.jpg.

INCLUSIÓN DE LAS FAMILIAS HOMOPARENTALES EN EL AULA: ANÁLISIS SEMIÓTICO[1]

Edward Alvarado Gómez
edag09220@hotmail.com

Yésica Andrea Nieto Lascarro
yesi-234@hotmail.com

Jesús Leonardo Quijano Orduz
leoquijano92@gmail.com
Universidad Industrial de Santander

El presente trabajo de investigación buscó identificar la forma como un grupo de estudiantes de la Escuela Normal Superior de Bucaramanga percibe y valora a las familias homoparentales, a partir de la intervención de un proyecto pedagógico cuya iniciativa es potencializar las competencias ciudadanas a fin de propiciar la formación de sujetos inclusivos, respetuosos de los diferentes modelos de familia. De esta forma, se buscó evidenciar el universo axiológico que se materializa a través del discurso de los estudiantes y mostrar de qué manera el proyecto propuesto por la docente pone en marcha una

[1] Esta ponencia es producto del curso de Semiótica, cultura y lenguaje, dirigido por la docente Karime Vargas Cáceres en la Universidad Industrial de Santander.

posible inversión del esquema de valores tradicional, limitado al modelo de familia heteroparental, para alcanzar así uno conformado por la validación igualitaria de las familias de este tipo.

En el transcurso del estudio se trabajó con dos grupos de estudiantes de los grados 7-5 y 7-4. Se realizó el análisis de los enunciados obtenidos por la recopilación del corpus compuesto de escritos, así como de grabaciones en audio y video de los testimonios de varios estudiantes. Las muestras se tomaron en dos momentos precisos del proyecto —un *durante* y un *después*—, con el fin de establecer una comparación y hacer evidente la influencia del proyecto en la configuración axiológica de los alumnos.

Para delimitar el trabajo y construir un rumbo específico de investigación, se plantearon dos categorías de análisis sobre las cuales se enfocó y desarrolló el estudio: las relaciones interpersonales y las actitudes hacia lo materno y lo paterno. Tales categorías son consideradas en relación con dos planos de la cultura: lo ético y lo estético. Ambos planos configuran axiologías que son validadas por el sujeto judicador. En él se define lo ético como aquello que determina los modos de vivir en sociedad, mientras que lo estético establece qué es placentero o no según su marco cultural. La formulación de dichas categorías hace que la investigación sea de corte cualitativo, ya que más allá de buscar la generalización a partir del análisis, estas orientan el estudio del problema en términos de descripción de sus características particulares.

Valoraciones en la perspectiva del plano ético

En esta primera parte del análisis se busca dar cuenta de las valoraciones de los estudiantes hacia la inclusión de las familias homoparentales en la sociedad, a partir de la perspectiva del plano ético. Esto implica considerar todas sus apreciaciones acerca del tema, entendiéndolas con base en los planteamientos de Philippe Hamon

(1984) como rasgos importantes en la constitución de su saber-vivir (pp. 5-41). Para tal fin, el análisis se estructura según el orden de las categorías previamente establecidas; es decir, la configuración de los roles de género, la concepción de relaciones interpersonales y las actitudes en torno a lo materno y lo paterno. Asimismo, al interior de cada una de las categorías se diferencia el análisis de los momentos del durante y el después, con respecto de la intervención didáctica del proyecto. De ese modo, se logra evidenciar en gran medida los procesos desarrollados por los estudiantes.

Concepción de las relaciones interpersonales

El conjunto de muestras tomadas a los estudiantes en el transcurso del proyecto evidencia, en lo que respecta a la categoría de la concepción de las relaciones interpersonales (particularmente las relaciones de pareja de tipo homosexual) por parte de los alumnos, que existe una división en cuanto a la valoración del aspecto ya mencionado. Esta se representa en dos grupos: en primer lugar, quienes expresan su desacuerdo con las relaciones afectivas entre personas del mismo sexo y le otorgan un valor negativo; y en segundo lugar, quienes muestran una actitud de apoyo y aceptación, valorando positivamente la unión de parejas homosexuales.

Análisis *durante* el proceso

Desde la fase del proceso que forma parte del *durante,* se pueden encontrar claramente establecidas las dos posturas de los estudiantes. En el grupo que valora negativamente las relaciones de pareja de tipo homosexual, se considera que la familia tradicional (madre, padre e hijos) es el modelo ejemplar y correcto de familia; en él hay más amor. Opina un alumno: "(...) entre la familia normal que es el papá y la mamá, ellos tienen como más amor, pero en cambio con el mismo sexo podrían darle un trauma al niño". Es decir, la familia tradicional se muestra como lo normal y, por el contrario, las familias con padres homosexuales son

vistas como anormales; es un modelo incorrecto e incompleto de familia que deja por fuera al padre o a la madre y, por ende, los roles asignados tradicionalmente a cada una de estas figuras simplemente no existirían; es decir, se produciría un desequilibrio.

En la producción discursiva de algunos estudiantes aparece claramente marcado el rasgo y la influencia de la religión en la configuración axiológica de los mismos, desde la cual se rechaza y sanciona la homosexualidad y las uniones de personas del mismo sexo. Aparece la modalidad del deber-no hacer, impuesto por la religión: "me parece que no puede ser hombre con hombre o mujer con mujer, porque Dios nos hizo para ser hombre con mujer y al que no pues Dios lo castiga". Se entiende que el hombre y la mujer están llamados y destinados, por voluntad divina, a cumplir una función: unirse. Lo contrario se sanciona severamente. Las parejas homosexuales son entonces juzgadas de manera negativa y se catalogan como fuera de lo normal.

Pero la modalidad del deber-no hacer se da de igual manera desde la sociedad: por ejemplo, la presión que se ejerce sobre los estudiantes se presenta claramente en la escuela. Las parejas homosexuales no son bien vistas por algunos estudiantes por cuanto consideran que unos chicos de padres homosexuales pueden sufrir diversos problemas, dado que serían rechazados y discriminados por la escuela y, en general, por la sociedad, lo que podría incluso llegar a producirles traumas: "a veces el hijo le puede coger como fastidio a los papás porque lo pueden molestar, porque lo discriminan." Se refleja, entonces, el miedo al rechazo y la exclusión.

La axiología de los estudiantes está configurada a partir de un canon moral establecido e implantado en la sociedad: el de la religión. Toda persona cuyo sistema de valores se oponga al tradicional será señalada, rechazada, condenada y, en el caso de la escuela, será objeto de acoso (*bullying*), lo que termina por presionar y atemorizar a los estudiantes que piensan distinto. Es decir, existe una axiología e ideología supeditada por el miedo.

Por otro lado, se encuentra el grupo de estudiantes que expresa su acuerdo con la unión de parejas del mismo sexo y la formación de familias homoparentales. Algunos alumnos aluden a los conceptos de libertad e igualdad para argumentar su postura, resaltando el derecho que tiene cada individuo sobre ellos: "(...) toda persona tiene derecho a ser libre a expresarse, a expresar lo que siente y ser feliz con la persona que desee". Por ende, cada quien es libre de escoger a su pareja y formar su propia familia, sin que esto afecte a alguien. Estos puntos de vista se oponen a la moral religiosa, se desligan de ella, lo que obedecería a la modalidad del querer-hacer, impulsado en este caso por el proyecto de la docente a cargo del grupo, que a su vez introduce de forma implícita una tercera modalidad: el deber-hacer.

Análisis *después* del proceso

En cuanto a la información recopilada correspondiente a los textos escritos, los cuales forman parte de la fase del *después* (es decir, cuando ya ha terminado el proceso de los alumnos con relación a la cartilla), se encontró que la concepción de los alumnos sobre las relaciones de pareja de tipo homosexual se divide en los mismos dos grupos opuestos. Sin embargo, se diferencia del *durante* en cuanto a que es mayor el número de estudiantes que valoran positivamente las relaciones y la unión de parejas del mismo sexo; al menos así lo expresan en sus libros digitales:

> Cada ser humano debe tomar sus propias decisiones ya que es independiente. Los gustos sexuales no dicen si una persona es buena o mala, son las acciones que dicen esto. Si una persona quiere estar con una persona del mismo sexo y no le hace daño a nadie no veo porque [sic] hay que oponerse.

Nuevamente se alude a los conceptos de libertad e igualdad de derechos para argumentar el apoyo y mostrar una actitud favorable hacia las parejas homosexuales, siempre desligándose de la moral religiosa que desaprobaría dicha valoración positiva. A pesar de que

uno de los objetivos principales del taller era impulsar la aceptación de otros modelos más incluyentes opuestos a los tradicionales (los cuales propician el rechazo y la exclusión), siguen existiendo posturas que se enmarcan dentro de la modalidad del deber-no hacer impuesta por la religión, la cual se opone y condena las relaciones de parejas homosexuales, otorgándoles una valoración negativa. Al respecto, una alumna argumenta su postura en contra de la homosexualidad y de las relaciones entre parejas del mismo sexo en los siguientes términos:

> Porque van en contra de la voluntad de Dios, porque Dios creó a Adán y a Eva para que se unieran, no creó a dos hombres ni a dos mujeres. Dios los creó a ellos también igual que a nosotros y es el mismo padre de todos pero él todo lo que hace es perfecto y los homosexuales nacieron a través del tiempo él no los creo así. Yo estoy totalmente en contra de los homosexuales y nunca voy a estar a favor.

La estudiante se apoya en un argumento de carácter religioso: pensar diferente es ir en contra de los designios de Dios, lo cual sería inaceptable. Es evidente que la postura radical de la alumna obedece a una configuración axiológica claramente influenciada por la religión y la moral en la cual se enmarca, rasgo común en la mayoría de los estudiantes que expresaron su desacuerdo y oposición frente a las parejas de tipo homosexual.

Análisis de las actitudes en torno a lo materno y lo paterno

La formalización de las actitudes en torno a lo materno y lo paterno está constituida por unos valores que implican, según Fontanille (2010), la ejecución de un rol específico, evidenciado en su producción discursiva. Ese hecho está determinado por dos situaciones estratégicas: la adaptación pertinente de acuerdo con las exigencias del aula; y la represión que ejercen los mecanismos religiosos, obstaculizadores de la transformación de la axiología e incluso de su disimulación.

Análisis *durante* el proceso

La mayoría de las muestras recopiladas con la encuesta para evidenciar el *durante* de la estrategia didáctica, mediada por la intervención de los talleres de la cartilla, muestra una actitud favorable hacia la diversidad de la familia contemporánea. En este caso, la oralidad como objeto-soporte juega un papel fundamental al permitir la espontaneidad en los discursos, así como la defensa de una postura de manera más personal. Se evidencia, entonces, una tendencia a la inclusión, palpable claramente en las respuestas de los estudiantes a la pregunta "¿cree que la familia ideal es la conformada por papá, mamá e hijos?". Algunas de esas respuestas son como la siguiente: "cada persona puede crear una familia según su orientación sexual con la persona que quiera, así sea de su mismo género".

La estudiante autora de la respuesta anterior otorga a las parejas homosexuales la posibilidad de formar una familia, derecho que se encuentra por encima de cualquier prejuicio moral. Esta respuesta parece exponer la modalidad del *querer-hacer* con respecto de la inclusión de las familias en la sociedad y el consecuente respeto hacia ellas. De ese modo, podría comprobarse la hipótesis de que la axiología de los estudiantes es invertida: pasan de valorar negativamente las familias constituidas por padres del mismo sexo a otorgarles un valor positivo, equivalente al de las familias tradicionales de padres heterosexuales.

Sin embargo, cuando se interroga a los estudiantes para saber cómo se sentirían si fuesen hijos de una familia homoparental, no se mantiene del todo esa tendencia. Aunque la primera estudiante sostiene su postura pese al tinte personal de la pregunta, el segundo estudiante parece no encontrar un referente concreto en su vida que le permita continuar defendiendo su anterior afirmación.

> A mí me gustaría mucho pertenecer a una familia de padres del mismo sexo, pero todo depende de la sociedad. Porque las personas pueden hacer "bullying" solo por el hecho de tener padres del mismo sexo.

En esta respuesta, la estudiante conserva la modalidad del *querer-hacer,* pues asegura, voluntariamente, que le gustaría hacer parte de una familia de padres homosexuales. De ello se infiere que, en contra de la normal tradicional, atribuye tanto cualidades maternales como paternales a una pareja de padres que no se caracteriza por la diferenciación de género. En consecuencia, atribuye la causa del fenómeno del matoneo a la intolerancia social, y no como tal a la crianza provista por familias de este tipo.

Véase ahora la respuesta del segundo encuestado: "yo, la verdad, respeto eso pero no lo comparto. No sé cómo reaccionaría al tener unos papás así". En esta se presenta un cambio del *querer-hacer* a un *deber-hacer*, orientado por una patente propensión a la *corrección política,* es decir, un intento por no herir la susceptibilidad de una minoría, como lo son en esta oportunidad las familias de padres del mismo sexo. En ese sentido, se configura un estilo estratégico que tiende a disfrazar una axiología en última instancia tradicional y heteronormativa, por medio de una ideología condescendiente con la diferencia pero solo en tercera persona. Al fin de cuentas, se trata de la misma axiología de aquellos estudiantes que, por motivos eminentemente religiosos, no son afectados por la estrategia didáctica y su sistema de valores permanece intacto.

Análisis *después* del proceso

Ahora bien, es pertinente señalar que, de modo semejante, se presentan las actitudes hacia lo materno y lo paterno en los poemas dedicados a la madre y el padre, escritos por algunas estudiantes para el trabajo final. Esta última entrega permite analizar el momento del *después* de la intervención didáctica a través de la cartilla. Tales poemas han sido construidos en la escritura y su objeto-soporte es el libro digital en que se compila toda la producción textual creada con relación al proyecto. Al ser escritos, son muestra de un mayor ejercicio

de reflexión que se acentúa, debido a su condición de literatura: "Tú, la que se aguantó mis locuras, /Tú, mi ejemplo a seguir", "Tú, la que me amas tanto, / Tú, la que me enseña sobre mí".

En estos versos del poema escrito a la madre, la primera estudiante atribuye el valor tradicional de abnegación a su progenitora. Asimismo, la asume tanto como ejemplo de vida y conocedora de la femineidad, puesto que ambas corresponden a este género, así como proveedora de amor maternal. En cambio, en las siguientes líneas del poema dedicado al padre se atribuyen a este una serie de valores que resultan completamente diferentes: "Tú, aquel que de malas cosas me protegió, / Tu, aquel al que amo tanto. / Tú, el que intenta ayudarme en mis cambios, / Tú, el que perdona mis fallas".

Aquí el padre goza de los roles de protector y ente primigenio para la expiación de las culpas de la hija. Dichos roles, así como los delegados anteriormente a la madre, coinciden con un esquema de familia tradicional muy riguroso, que parece no admitir digresión alguna. Esto resulta interesante, pues se trata del discurso de una estudiante que fue partícipe del proyecto de inclusión de familias homoparentales, las cuales, por obvias razones, no tienen cabida en tal esquema. Incluso, resulta aún más llamativo puesto que su postura acerca del tema es abiertamente favorable. Esta incongruencia parece ser consecuencia del estilo estratégico de la citada "corrección política", causado por la ideología incluyente que prevalece en el aula, el cual no alcanza a ser asimilado por la estudiante en su sistema de valores. Esto indica que su postura responde a la modalidad del *deber-hacer*, pues en la estructura más profunda no existe un marco que la sustente.

Valoraciones en la perspectiva del plano estético

La parte estética implica una confrontación de los sentidos para agrupar qué es lo bello y lo desagradable a partir de los cánones impuestos por una sociedad, como lo expresa Philippe Hamon (1984). Por lo tanto,

se mostrará si los judicadores valoran de modo negativo la forma como se ven los personajes homosexuales de la película *La otra familia*[2]. Además de esto, se expondrá si predomina más la valoración ética que la estética, es decir, si los sujetos judicadores tienen algún inconveniente con lo estético en lo correspondiente a los géneros. Se integraron las etapas *durante y después* del proceso porque las respuestas en los dos niveles no cambiaron.

Concepción de las relaciones interpersonales

En lo correspondiente al plano de lo estético respecto a la concepción por parte de los enunciadores de las relaciones interpersonales, en este caso, entre las parejas del mismo sexo, los enunciados recopilados evidencian que se mantiene una división en la opinión y las actitudes al respecto. Tal como se presentó en el plano de lo ético, aparecen dos posturas: una que manifiesta su aceptación y apoyo con las relaciones homosexuales; y otra que, por el contrario, expresa su desacuerdo y oposición. Sin embargo, es importante el cambio que se da en esta parte del proceso, ya que después de ver la película fue mayor el número de sujetos que tuvo una actitud de rechazo, otorgando así un valor negativo.

Gracias a la axiología imperante en la sociedad, esa que parece reconocer únicamente las relaciones heterosexuales y el modelo de familia heteroparental, y que niega, excluye y condena a los demás modelos, se configura entonces como algo anormal y poco común el ver a personas del mismo sexo entablar y demostrar relaciones afectivas. Esto se refleja en la respuesta que dio un sujeto a la pregunta "¿es más bonita una pareja de un hombre y una mujer?": "no es que sea más bonito, sino más normal, es más normal ver a dos personas, hombre y mujer besándose que dos hombres". Los valores tradicionales de la sociedad están presentes en las actitudes, valoraciones y, desde luego, en

[2] *La otra familia* es una película de drama familiar de 2011 (cuya filmación inició en 2010 en Saltillo, Coahuila, México), dirigida y escrita por Gustavo Loza, y protagonizada por Jorge Salinas, Luis Roberto Guzmán, Bruno Loza y Ana Serradilla. El filme fue producido por de Río Negro Producciones y Barracuda Films, y estrenado el 25 marzo de 2011.

la ideología de los enunciadores encuestados: aunque algunos de ellos tiendan a la autocorrección, su desacuerdo es detectable en el discurso.

Actitudes en torno a lo materno y lo paterno

En lo que concierne al análisis de esta categoría en el plano estético, se evidencian resultados en gran medida similares a los del plano ético. Sin embargo, este hecho no solo ratifica la negación de la hipótesis inicial acerca del impacto del proyecto como transformación de la axiología, sino que también pone de manifiesto juicios de valor sobre la belleza, producidos a través de la percepción de los enunciadores. Tales juicios explicitan, en este caso, su actitud estética, ya sea de agrado o rechazo, hacia una pareja homosexual masculina cuyos integrantes desempeñan el rol de padres.

En ese sentido, es pertinente recalcar que, de entrada, la mayoría de los enunciadores considera "bonita" o "agradable" la película proyectada, así como la imagen de la familia protagonista, compuesta por dos padres y su hijo adoptado. Sin duda, este hecho es laudable en tanto que representa un gran avance en términos de tolerancia y aceptación de este tipo de familias. No obstante, al igual que en el análisis de sus concepciones éticas al respecto, es evidente que existen problemas de coherencia en relación con los atributos de lo materno y lo paterno, subyacentes a esa valoración.

Para empezar, es claro el hecho de que se mantiene la exaltación del modelo tradicional de familia heteroparental como ideal y, de ese modo, cualquier modelo diferente no sería otra cosa que una degradación del mismo. Así se evidencia en la siguiente muestra:

> Me parece una relación tierna, ya que a pesar de que no ser hombre y mujer, le tienen afecto como si fuera padre y madre normal. Y pues pienso que está bien que le tengan cariño. Ya que no se excedan en cariño como de parejas sino que sea cariño de padre e hijos.

Aunque la enunciadora de este discurso califica de "tierna" la relación de los dos, conserva la idea de que lo normal es una familia compuesta por padres de sexos diferentes. De esa manera, el afecto en la familia homoparental solo llega a ser válido si consigue parecerse a la pauta marcada por la familia tradicional. Además de ello, enfatiza en la posible inmoralidad de la pareja a raíz de su condición sexual, la cual los haría propensos a incurrir en faltas como el abuso sexual contra el menor. Esto acaba por desvirtuar sus capacidades de crianza, proyectando una imagen que no deja de producir desconfianza a los ojos de la enunciadora.

La concepción de la familia homoparental como una degeneración o, por lo menos, como un sucedáneo del ideal tradicional, puede corroborarse cuando la enunciadora intenta adjudicar el rol de mujer-madre a alguno de los esposos:

> El hombre que baña al niño hacía de hombre macho y la otra, el otro hacía de mujer. Y ya más adelante él hace de mujer y el otro hace como más de hombre. Y en el momento de tener las relaciones me di cuenta que el que hace de hombre es el que baña al niño y el que hace de mujer es el que, es el otro.

Empero, justamente la película separa los roles sexuales de los de género con el fin de desmentir ese tipo de categorizaciones. Esto hace que la enunciadora se confunda, pues para ella lo materno solo puede ser asumido por un sujeto de rasgos femeninos o, en su defecto, afeminados. Y, al no encontrar un personaje que puede ser tomado de esa forma, le es difícil dar sentido a los cuidados maternales que de todos modos son provistos al niño por la pareja.

En síntesis, las apreciaciones estéticas de los enunciadores comprueban la existencia de un modo estratégico, según el cual intentan validar a las familias homoparentales a pesar de su propia

fundamentación axiológica, claramente adversa. Para ello, construyen una ideología que, pese a tener una pretensión igualitaria e inclusiva, está basada en valoraciones de lo materno que niegan la posibilidad de una familia compuesta por padres del mismo sexo. En otras palabras, al preserva la atribución de valores maternales como el cuidado y la ternura a la madre-mujer se hace inconcebible la homoparentalidad masculina, como la del caso de la película. La misma lógica es aplicable a la homoparentalidad femenina, la cual carecería, entonces, de los valores de poder y manutención, referidos tradicionalmente al hombre-padre.

Referencias

Fontanille, J. (2010). *Textos, objetos, situaciones y formas de vida. Los niveles de pertinencia de la semiótica de las culturas*. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.

Hamon, P. (1984). *Texte et idéologie*. París: PUF.

MANIFESTACIONES DE LA IRONÍA EN EL CHAT

Luz Ángela Suárez Rodríguez
luzangelawilson@yahoo.es
Universidad Industrial de Santander
Institución Educativa Antonio Ricaurte (Santana, Depto. de Boyacá)

Las manifestaciones de la ironía en el chat son objeto aquí de una mirada sociopragmática al fenómeno de la ironía como estrategia conversacional virtual. Así, el comportamiento de la ironía fue interpretado en conversaciones sincrónicas y asincrónicas dadas entre diez participantes en la red social Facebook. Las conversaciones virtuales o chats son, entonces, el corpus del estudio: permiten analizar la ironía como un comportamiento comunicativo dentro del campo de la cortesía, entendida como una estrategia conversacional capaz de evitar conflictos y mantener buenas relaciones entre los individuos de la sociedad (Alvarado, 2005).

Del fenómeno de la ironía se encuentra una buena cantidad de estudios que tienen en cuenta las características lingüísticas dentro de

conversaciones coloquiales cara a cara; pero son escasos aquellos que abordan los intercambios comunicativos virtuales como un fenómeno cultural que construye identidad.

¿Cómo se manifiesta la ironía en tanto estrategia cortés y constructora de identidad a través de las conversaciones del chat entre jóvenes que den cuenta de un fenómeno cultural? Esta gran pregunta, la cual orienta la investigación, requiere escudriñar el corpus y analizarlo con base en constructos teóricos para aportar al campo de la cortesía, con lo que se logra reconocer las estrategias discursivas pragmáticas usadas por los interlocutores al interactuar como códigos consensuados entre ellos; la connotación cultural dada a las expresiones irónicas dentro de contextos específicos; y la aceptación, rechazo u otro tipo de comportamiento generado por el uso irónico dentro de las conversaciones del chat.

El marco teórico está dividido en cuatro categorías temáticas que interactúan entre sí: la sociopragmática, los estudios de cortesía, la conversación y la ironía, y el objeto de análisis son las manifestaciones de esta última en conversaciones virtuales de un grupo de diez jóvenes de educación media de la Institución Educativa Antonio Ricaurte de Santana (Boyacá).

Metodología

La investigación se realiza desde el paradigma constructivista o interpretativo, dado que analiza el comportamiento del fenómeno de la ironía teniendo en cuenta el contexto comunicativo, a fin de interpretarlo en las conversaciones del chat realizadas por el grupo objeto de estudio hasta el mes de mayo de 2013 (es posible hallar registros de chat hasta de 10 meses de antigüedad).

En esa misma línea el enfoque de la investigación es cualitativo, en tanto se reconoce que el objeto de estudio es la ironía presentada en situaciones comunicativas específicas de diez estudiantes del

grado undécimo de la institución nombrada, las cuales demandan reconocer la intención del hablante en la producción y divulgación del mensaje comunicativo, así como el impacto del fenómeno generado en el interlocutor dentro del contexto dado, con el fin de lograr su construcción de sentido. El trabajo está articulado con una tradición investigativa que sucede a la etnografía de la comunicación, abordada en el mundo cibercultural; por tanto, y de acuerdo con Turpo (2008) se realiza netnografía, ya que se indaga y comprende las estrategias comunicativas dadas en la interacción mediada por internet en la red social. Por ello, se estudiaron conversaciones virtuales que fueron copiadas en el procesador de texto directamente del servicio de chat de Facebook sin ser manipuladas, y se conformó el corpus mediante las convenciones requeridas para transcribir.

Actualmente, sentados los fundamentos teóricos y metodológicos, se analiza el comportamiento de la ironía, identificando las estrategias pragmáticas usadas por los interlocutores como códigos consensuados entre ellos, así como la cooperación o cierre conversacional producto de los enunciados irónicos. Esto implica reconocer la connotación cultural dada a las expresiones irónicas usadas por los participantes en los chats, de tal forma que sea posible evaluar el uso irónico como estrategia cortés.

Desarrollo

Durante el segundo semestre de 2014 se analizó la totalidad de los chats: diez casos de cada usuario con sus interlocutores. Ello permite estudiar el comportamiento de la ironía como estrategia cortés en ese tipo de conversaciones, lo que requiere identificar las estrategias discursivas pragmáticas usadas por los interlocutores al conversar a través del chat mediante códigos consensuados entre ello.

Los fragmentos conversacionales presentados a continuación son ordinarios: se dan entre amigos y compañeros de estudio con edades similares y del mismo contexto sociocultural. En ese sentido, se presenta

aquí un caso de análisis que muestra lo escudriñado hasta el momento, teniendo en cuenta únicamente la estrategia pragmática del uso del jajajajajaja o su similitud.

La ironía y la cortesía: una aproximación desde las estrategias pragmáticas

La comunicación virtual se caracteriza por la disminución de información verbal, pues se tiende a usar abreviaturas, apocopes, códigos verbales consensuados, tecleo de letras, signos de puntuación, uso de mayúsculas, emoticones, fotos y notas de voz, entre otras formas que marcan ese discurso virtual. Los indicadores pragmáticos que identifican a los interlocutores dejan ver algunos rasgos propios, en tanto construyen un mundo en el espacio virtual a través de esquemas representacionales que pertenecen a su cultura. En el presente análisis conversacional se observa el uso de la ironía de forma clara, directa y persistente a través de expresiones repetitivas como las que se muestran a continuación.

El uso del jajajajajaja o su similitud

En el chat, la escritura es un elemento indispensable pero no literal, pues requiere una fluidez que hace que los interlocutores olviden el uso regular —junto con el cumplimiento de las reglas sintácticas, gramaticales y ortográficas— en busca de codificar el lenguaje oral y gestual (no verbal) para obtener mayor eficiencia comunicativa. Por ello, es usual encontrar el tecleo de letras de forma diferente para expresar el sentir y, asimismo, reconocer que no siempre esa digitación que se vuelve expresión fija significa lo mismo; todo depende del contexto conversacional desarrollado, de la intención comunicativa y de los interlocutores.

En el caso 1 se encuentra un fragmento del chat realizado entre Erika (en adelante, K) y Osma (en adelante, OS), en donde se evidencia claramente que el uso de ciertos códigos pragmáticos obedece a la

intención comunicativa. Al observar los turnos 22 y 23 de la comunicación se encuentra que el uso irónico se da en el primero, puesto que OS manifiesta a K de forma literal que es muy joven, pero al escribirle "Aaa cierto no va a crecer mas [sic] jajajajajaj Mentiras Asi [sic] toca Hay que esperar" le reafirma de forma jocosa su baja altura, "suavizada" con el uso de "jajajajajaj".

En el turno 23, la expresión "Jajaja Igual no puedo hacer nada solo aguantar", permite observar que el comportamiento de esa ironía fue aceptado, en tanto K continuó la conversación mediante un aporte a lo enunciado por su interlocutor sin sentir su imagen agredida por lo que este le escribió, lo cual confirma que "el objetivo de la interacción es que esta sea comunicativamente lograda y socialmente satisfactoria para todos" (Haverkate, 2004, p. 105). Al ser satisfactoria la interacción, entran en juego los deseos de imagen de los interlocutores,[1] característicos de su entorno sociocultural.

20.	K	04/02/2013 23:17	(1)	(R)	Papi la verdad se la digo pero ni una palabra con nadie terminamos
21.	OS	04/02/2013 23:18	(1)	(R)	Aaa si tranquispY eso?? nm
22.	OS	04/02/2013 23:25	(1)	(R)	SisasAa relajeceQ eso llega hombre Ademas ud esta muy chiquis Aaa cierto no va a crecer mas jajajajajaj Mentiras Asi toca Hay que esperar
23.	K	04/02/2013 23:26	(1)	(R)	Jajaja Igual no puedo hacer nada solo aguantar

El uso masivo de "jajajaja" con mayor o menor extensión en su repetición silábica es muy notorio en los conversatorios virtuales, usado como estrategia conversacional para llevar una charla jocosa; para dar respuesta seca; para usarlo como sarcasmo; para establecer o fortalecer el contacto; o en este caso, como mitigador de la forma irónica del

[1] Hernández (2004) hace referencia al término *deseos de imagen* y lo define como "la autoimagen que todo miembro de una sociedad desea para sí mismo y que desea mantener en sus contactos con otras personas" (p. 95).

emisor o respuesta del efecto perlocutivo que este genera en el otro. No obstante, su función está marcada por los usuarios, es decir no todos los participantes la teclean igual ni la usan para expresar lo mismo. Ello permite conocer rasgos identitarios de cada usuario, como se puede ver en el análisis; a este respecto, según Ivars (2013) los intercambios virtuales permiten reconocer la identidad por medio de un reajuste en la efectividad de inferencias y en la validez de supuestos compartidos.

En los fragmentos de chat escritos por K y presentados en este documento se observa que el "jajaja" o su similitud se encuentra en el inicio o el final de ciertas expresiones. Asimismo, es palpable que existen interlocutores que usan esta estrategia pragmática con mayor frecuencia, o bien el mismo interlocutor varía su frecuencia de acuerdo con otros factores sociopragmáticos como la intención comunicativa y el grado de familiaridad.

En estos apartados se encontrarán expresiones en donde el uso de la monosílaba "ja" se presenta de una a cuatro veces, o se la intercambia con más letras 'j' o 'a'. En toda la conversación se evidencian siete manifestaciones irónicas, cuyo uso está repartido en partes más o menos iguales entre los dos interlocutores, quienes además aplican de forma muy parecida la reiteración de la digitación de esta estrategia pragmática.

Bajo una mirada sociopragmática, es evidente que los dos interlocutores usan la estrategia señalada para mitigar el efecto perlocutivo de la ironía, dado en su mayor parte mediante aseveraciones, como se presenta en los turnos 4, 22, 23 y 63: allí están acompañados de expresiones coloquiales que contienen la negación literal para afirmar la pretensión del hablante de forma cortés.

La cortesía mitigadora, por su parte, hace uso de mecanismos de atenuación de los actos amenazadores para la imagen, cuando "Las estrategias de cortesía aparecen al verse amenazada la imagen del

individuo en la interacción" (Bernal, 2005, p. 368). En el turno 4, con el enunciado "**Ja** como siempre Ya **no** trabaja" fácilmente se corrobora que el marcador[2] "**siempre**" se contradice con "**ya no**" y se ratifica con la respuesta del interlocutor en el turno 5: "No me ha salido trabajo**Jajjaj eso le digo".** Esto permite considerar que, en efecto, K sabe que OS sí trabaja, pero en el momento de la conversación no se cumple con esa tarea porque este último está desempleado.

2.	K	04/02/2013, 10:06	(1)	(R)	Hola feo que más Como está
3.	OS	04/02/2013, 10:07	(1)	(R)	BnBnBnAqui en la casa con una pereza
4.	K	04/02/2013, 10:08	(1)	(R)	Ja como siempre Ya no trabaja
5.	OS	04/02/2013, 10:08	(1)	(R)	No me ha salido trabajoJajjaj eso le digo
6.	K	04/02/2013, 10:09	(1)	(R)	Ja yo si tengo trabajo

En el turno 22 se reitera esta forma de ironizar, con la expresión "SisasAa relajece Q eso llega hombre Ademas ud esta nuychiquisAaa cierto **no** va a crecer mas K**jajajajajaj** MOSentirasAsi toca Hay OSque esperar". Aquí, OS reafirma que su interlocutora es de baja estatura al escribir "**no**", pero lo mitiga con la expresión "**jajajajajaj"**; esto es aceptado por K, quien responde en el turno siguiente con "**Jajaja",** seguido de "Igual no puedo hacer nada solo aguantar": en este caso, "**Jajaja**" permite reconocer el carácter jocoso de la respuesta.

20.	K	04/02/2013, 23:17	(1)	(R)	Papi la verdad se la digo pero ni Una palabra con nadieTerminamos
21.	OS	04/02/2013, 23:18	(1)	(R)	Aaa si tranquispY eso??

[2] Al hablar de indicadores o marcadores, Ruiz (2010) afirma que las marcas contribuyen a la ironía y favorecen la comprensión de los enunciados irónicos; a su turno, los indicadores de por sí son irónicos, pues guían las inferencias irónicas a través de sus significados.

22.	OS	04/02/2013, 23:25	(1)	(R)	SisasAa relajeceQ eso llega hombre Ademas ud esta muy chiquis Aaa cierto no va a crecer mas jajajajajaj Mentiras Asi toca Hay que esperar
23.	K	04/02/2013, 23:26	(1)	(R)	Jajaja Igual no puedo hacer nada solo aguantar

En el turno 63, OS usa "**Jajajaj"** precedido de la afirmación "Si" y seguido por la afirmación de estar seguro de extrañarlo. Sin embargo, con el uso de la expresión estudiada en la reiteración del "sí", sumado al sentimiento de seguridad, manifiesta de forma indirecta no extrañarlo.

61.	OS	05/02/2013, 15:17	(1)	(R)	Si eso se extraña
62.	K	05/02/2013, 15:17	(1)	(R)	Y mucho
63.	OS	05/02/2013, 15:17	(1)	(R)	SiJajajajYo se que me extraña
64.	K	05/02/2013, 15:18	(1)	(R)	Claro papi como no
65.	OS	05/02/2013, 15:19	(1)	(R)	Tan bella

En otras ocasiones se hace uso de "Jajajaja" para mitigar la negación, como se presenta en el turno **16**: el "jajajaja" está acompañado de una expresión interrogativa que, literalmente, muestra incertidumbre, pero el hecho de que "jajajaja" la siga sirve para afirmar lo dicho. Es decir, **K** hace una afirmación sobre OS y lo juzga por su actitud; OS, a su vez, acepta la comunicación, infiere el mensaje irónico y lo mitiga con la fórmula de tratamiento "Mi vida" y la expresión afectiva "te quiero demasiado".

14.	K	12/01/2013, 17:35	(1)	(I)	Mi vida que haces?
15.	OS	12/01/2013, 17:35	(1)	(R)	MariñoVeo tv con sueño
16.	K	12/01/2013, 17:39	(1)	(R)	Tan raro Amor. Tu con sueño? Jajajaja
17.	OS	12/01/2013, 23:57	(1)	(R)	Mi vida que duermasTe Quiero demasiado

El uso de "Jaja" también niega una confesión, como se presenta en el turno 26: el "jajaja" que antecede la supuesta confesión de K muestra al interlocutor que su pretensión es ser jocosa con lo enunciado; OS, a su turno, infiere el mensaje y a través de la estrategia de la pregunta continúa su jocosidad, con lo que entrega más información:

24.	K	05/04/2013, 0:23	(1)	(I)	Ademas aqui no me llevo bien con nadie
25.	OS	05/04/2013, 0:23	(1)	(R)	Yo a ese lo revientoPorque lo dice.?
26.	K	05/04/2013, 0:25	(1)	(R)	jajaja el unico hombre que he amado Un tal Osma aunque no me quiera y todo pero bueno
27.	OS	05/04/2013, 0:26	(1)	(I)	Quien es ese Pirobo? Ese man no La Quiere

En el turno 44, OS solo digita una vez la sílaba "ja", seguida de la afirmación "si Claro"; con esto, se reitera una vez más que "ja" es un suavizador de la expresión irónica, con la cual OS reclama y rechaza lo dicho por su interlocutor respecto a no tener otra persona que la acompañe.

42.	OS	05/04/2013, 11:15	(1)	(I)	Abandonada? JaDebe tener un pretendiente por allá
43.	K	06/04/2013, 12:31	(1)	(R)	Jajaja no, no tengo a nadie no me Gusta salir. No sera lo contrario
44.	OS	06/04/2013, 12:33	(1)	(R)	Ja si Claro Como se llama ah Ah Digame Como se Llama No me lo niegue
45.	K	06/04/2013, 12:47	(1)	(I)	Ps si, sabe que sí tengo un Santandereano muy bueno pero no Esta aquí y se llama Osma Mariño ya!!! Lo dijeJmmm y lo peor es que LO AMO. Yo no se que tendrá ese Santandereano

Conclusiones

Después de presentar el avance investigativo del análisis de información, se pretende reconocer que hablar de los nuevos modos de comunicación de los jóvenes es una forma de jugar que permite comunicarse en todos los escenarios con códigos particulares, de acuerdo con el contexto sociopragmático y el canal de comunicación. En este caso, este último está mediado por internet en la red social Facebook, a través de su servicio de chat.

Una de las riquezas encontradas en el análisis radica en que el uso de ciertas estrategias pragmáticas varía en función del contexto conversacional desarrollado, de la información adicional, de la intención comunicativa y de los interlocutores, pues estas no funcionan como expresiones fijas que significan lo mismo. Sin embargo, se vuelven marcadores pragmáticos de cada usuario; incluso se permea en el otro hasta llegar a evaluarse qué es un marcador cultural: en palabras de Arduini (1989), "no es otra cosa más que la manifestación del universo cultural de una comunidad" (p. 284). Tal es el caso de la estrategia presentada en el análisis: el "jajajajajaja" o su similitud. También se encontraron otras estrategias discursivas como las expresiones interrogativas y exclamativas, el uso de los dichos, la digitación repetida de consonantes (mmmmm), los signos de puntuación y el uso de mayúsculas.

La aceptación del uso irónico como estrategia cortés fue visible en este análisis. Ello evidencia que las estrategias pragmáticas como "jajajajajaja" o su similitud permiten suavizar la ironía para que surta en el otro un efecto perlocutivo agradable, de tal forma que sea aceptada como una estrategia jocosa. Así entonces, la estrategia como tal no ironiza siempre: es un mitigador de esa expresión irónica a la que acompaña; ello permite a quien la utiliza continuar la conversación, en tanto hace un aporte a lo enunciado por su interlocutor sin que este sienta que su imagen se ha visto agredida por lo que digan.

La frecuencia o repetición silábica de uso de "jajajaja" es muy notoria en los conversatorios virtuales, en tanto cumple una función comunicativa o, sencillamente, se vuelve un marcador pragmático del usuario. No obstante, en este análisis se evidenció su uso como mitigador de la forma irónica del emisor, pero el número de repeticiones de la sílaba "ja" no incidió en la intención comunicativa del hablante. Es necesario precisar que, si bien esta estrategia conversacional permite llevar una charla jocosa, dar respuesta a lo dicho por el otro, establecer o fortalecer el contacto, o en su defecto, pasar al sarcasmo, su función y uso marcan a los interlocutores, pues no todos los participantes la digitan de la misma manera ni la usan para expresar lo mismo; esto permite establecer rasgos identitarios para cada usuario.

El uso de estrategias pragmáticas como "jajaja" o su similitud con una mirada sociopragmática no se puede analizar de forma aislada, pues depende de la información contextual y de los factores socioculturales. En este caso, fue evidente que "jajaja" funcionó acompañada de aseveraciones, las cuales contienen la negación literal para afirmar la pretensión del hablante; de supuestas confesiones que, con su presencia, muestran al interlocutor que la pretensión es ser jocoso con lo enunciado; y de reclamo o rechazo cuando se acompaña de expresiones como "si Claro, como no, será?", con lo que se reitera una vez más que "jajaja" es un suavizador de la expresión irónica, pues al acompañar lo enunciado modifica su intención comunicativa.

Referencias

Alvarado, O. (2005). La ironía y la cortesía: Una aproximación desde sus efectos. *Estudios de lingüística, 19,* 33-45.

Bernal, M. (2005). Hacia una categorización sociopragmática de la cortesía, la descortesía y la anticortesía. En Bravo, D. *Estudios de la (Des)cortesía en español. Categorias conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos* (pp. 365-398). Buenos Aires: Dunken.

Haverkate, H. (2004). La cortesía como estrategia conversacional. En *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel.

Hernández, N. (2004). La cortesía como la búsqueda del equilibrio de la imagen social. *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 95-107). Barcelona: Ariel.

Turpo, G. (2008). La netnografía: un método de investigación. *Educar, 42*, 81-93.

ESTRUCTURAS NARRATIVAS E INTERTEXTOS EN LA SERIE *CABALLEROS DEL ZODIACO*

Andrés Alejandro Vargas Rubio
avargas34@cuc.edu.co
Universidad de la Costa CUC

Comunicación y semiótica: construyendo relatos a través de las narrativas animadas

El siguiente trabajo es fruto de una propuesta de tesis para la Maestría en Sociosemiótica de la Comunicación y la Cultura, que lleva por nombre "Anime y Mediaciones Socio-Culturales: textos e intertextos a través de la imagen", desarrollada en la Facultad de Educación y Humanidades en la Universidad del Zulia (Venezuela). La línea de investigación en la que se inscribe la propuesta lleva por nombre Semiótica, creatividad y comunicación, toda vez que busca precisar las coincidencias entre las teorías comunicativas y semióticas en los procesos de creación de mensajes que se difunden (o difundirán) en los medios de comunicación. Por consiguiente, el eje trabajado dentro de la

línea es el de semiosis y acto comunicativo, en tanto se busca definir los elementos, procesos y sistemas sígnicos que viabilicen la creación del acto comunicativo[1].

En este sentido, la exploración e indagación para dar forma a la idea de investigación cabalgó, por un lado, sobre aquellas condiciones institucionales descritas anteriormente, que daban viabilidad a la propuesta de tesis en el marco del programa académico; y por otro, sobre unas condiciones investigativas que pudieran dar forma a la propuesta en el espacio académico de la comunicación y la sociosemiótica. Se asume, igualmente, una posición frente a la investigación como un proceso creativo, no lineal y profundamente imaginativo, sin dejar de lado el rigor científico exigido.

Por lo anterior, la decisión de optar por presentar un trabajo en la línea de investigación mencionada obedece, en gran parte, a motivaciones personales. A partir de allí, comenzó un proceso de búsqueda de antecedentes con los mismos trabajos de grado que han sido presentados en dicho programa de posgrado. Como resultado, fueron hallados solamente dos referentes cercanos al tema: *Los X-Men como generadores de nuevas utopías: un enfoque semiótico* (Sandra Daya Leal Larrate, 2008) y *Narrativa de la novela gráfica. Un análisis socio-semiótico de Marvel Civil War y el 9/11* (Liber Daniel Cuñarro Conde, 2011). Aunque exploraban algunos elementos coincidentes con la propuesta que aquí se presenta, ambos trabajos se distanciaban de ella por cuanto su objeto de estudio era analizado desde la semiótica de la imagen fija, mas no en la imagen en movimiento; además, las historietas analizadas forman parte de la producción cultural de Occidente, y más específicamente de Estados Unidos. No se encontró un trabajo que tomara como objeto de estudio una producción audiovisual japonesa en este primer rastreo.

[1] Definiciones tomadas de documentos oficiales de la Maestría en Ciencias de la Comunicación Mención Socio-semiótica de la Comunicación y la Cultura, adscrita a la División de estudios para graduados de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad del Zulia (Maracaibo, Venezuela).

Por otro lado, encontrar el grupo "Narrativas dibujadas: historieta, humor gráfico y animación"[2] en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires reforzó la importancia y pertinencia de la propuesta, a la vez que facilitó ingresar a esta dinámica, la cual busca

> Institucionalizar un espacio de formación, investigación, intervención y producción en torno de los estudios sobre Humor Gráfico, Historieta y Animación [ ] cabe señalar que el área de Narrativas Dibujadas no propone la especificidad de los estudios sobre historietas y animación sino, muy por el contrario, un espacio que dialogue con múltiples dimensiones de los medios de comunicación, la sociedad y la cultura. (Área de Narrativas Dibujadas, 2013).

En este orden de ideas, la propuesta pretende ubicarse, inicialmente, desde el trabajo ya adelantado por el Grupo de Narrativas Dibujadas, que justifica la importancia de estudiar el conjunto heterogéneo de producciones animadas y que se retoma con el mismo fin de justificar la propuesta de tesis:

> Es sabido que los estudios sobre artes secuenciales han adquirido relevancia en los últimos años, por la calidad, pluralidad e inserción académica de las nuevas propuestas. El cruce de disciplinas y saberes, la relectura de clásicos, la discusión de nuevas producciones y la apertura de líneas de investigación obligan a reformular lo que sabíamos o creíamos saber sobre el campo de las narrativas gráficas en todas sus manifestaciones. Se trata de interpretar las imágenes gráficas y narrativas como documento de época en el sentido en el que la historia cultural lo ha venido realizando, pero también como interés específico de una transformación estética y política. Por otro lado, asumimos el desafío de que las narrativas gráficas se presentan como un conjunto heterogéneo con diferentes grados de desarrollo y en este marco que nos proponemos la apertura al diálogo entre investigadores de la región y de disciplinas afines para nutrir la indagación con especial énfasis en el ámbito latinoamericano. (Área de Narrativas Dibujadas, 2013).

[2] Para ampliar la información sobre el grupo se recomienda visitar el sitio web http://narrativasdibujadas.com.ar.

Al respecto, es preciso decir que el anime y el manga, producciones japonesas que llegaron a América Latina en los años 70, han tenido una gran receptividad en la audiencia. Este fenómeno se constata en la explosión de diferentes subgéneros y producciones que aún hoy siguen siendo vistas y aceptadas por todo tipo de públicos: infantil, juvenil y adulto. En concordancia con lo anterior, lo expresado por la profesora Zúñiga (2009) refuerza la posición teórica-metodológica asumida:

> El análisis de las series animadas (dibujos animados y anime) se ha centrado principalmente ya sea en la violencia que comportan y, por lo tanto, en la presunta influencia nociva que tienen sobre la conducta de niños y adolescentes, o bien en su capacidad para difundir imágenes estereotipadas de la vida social. Por ello la reflexión sobre la narración y la forma en que los personajes le dan sentido a sus acciones ha quedado en un segundo plano. Sin embargo la narración se transformó de los 80's a los 90's, mediante finales impredecibles, relaciones afectivas y sociales conflictivas y personajes contradictorios y, a veces, oscuros. Por lo tanto, de manera más contemporánea podemos concebir a las series animadas como metáforas que permiten acceder a la realidad de manera más inteligible. (Zúñiga, 2009, p. 3).

Con los contextos institucional e investigativo claros como referentes directos del trabajo, vale la pena mencionar la importancia que los dibujos animados han tomado en el escenario sociocultural y las formas que han asumido. Precisamente en la ciudad de Barranquilla, las comunidades "Otaku" y "Cosplay" no eran muy visible hasta que el fenómeno del anime entró con fuerza en la década de 1990. Así mismo, sus prácticas, intereses o características eran totalmente desconocidos para los habitantes de la ciudad. En el año 2012, la Fundación Cultural Cine a la Calle lanzó el evento "Anime Fest" y logró convocar y visibilizar a este grupo urbano, así como vincularlo a la dinámica de la ciudad durante los días en que transcurre el evento. La proliferación de eventos y comunidades de sentido en torno a este fenómeno de animación en la ciudad son explicados por la profesora Vanina Papalini (2006) en

estos términos: "No obstante, escuchando al aficionado con atención, se descubre que él encuentra, en el objeto de su devoción, una narración, unas imágenes, un clima en donde puede reconocerse." [3]

Los "dibujos animados" han sido durante mucho tiempo objeto de interés para investigadores de disciplinas como la psicología, la educación, la sociología y, por supuesto, la comunicación. Es posible ubicar investigaciones de corte psicológico o educativo que parten de la premisa de una influencia negativa o positiva, según el programa analizado, de estos productos hacia las audiencias infantiles (Sánchez Corral, 2003). De igual manera, la sociología de la cultura ha declarado a los dibujos animados como "producciones" de la ideología capitalista, diseñados por la élite dominante con el fin de masificar sus ideas políticas, económicas y religiosas gracias a la industria cultural, a la cual se acusa de diferentes malestares sociales.

En el terreno de la comunicación, resaltan los trabajos sobre los contenidos ocultos que circulan en los medios masivos, fuertemente relacionados con el imperialismo cultural y con la sociología de la cultura. De estos estudios, el texto de Armand Matelart y Ariel Dorfman (1972), *Para leer al pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo,* explica la forma en que Estados Unidos ha inyectado toda una ideología capitalista a través del simpático personaje del "Pato Donald", reconocido en la industria cultural.

Para dar un contexto más amplio a estas investigaciones se debe aclarar que las miradas estadounidense y latinoamericana son productos de la sociedad de Occidente. Desde las décadas 1980 y 1990, la producción de Oriente, y en especial de Japón, en torno a este tipo de cómics, caricaturas, *cartoons*, dibujos animados, etc., ha tenido una fuerte presencia en los procesos de circulación mediática, al nivel de las producciones de Estados Unidos o, incluso, superándolas. Es así como

[3] Aunque los Otaku y los Cosplay no son el eje de estudio de la propuesta de trabajo, se mencionan por cuanto son la manifestación tangible del proceso comunicativo que se construye entre el relato y su audiencia.

se encuentran en el anime[4] grandes éxitos como *Caballeros del Zodiaco, Dragon Ball, Sailor Moon, Samurai - X, Neón Génesis Evangelion, Inuyasha, Zenky, Las Guerreras Mágicas, Samurai Warriors, Sakura Card Captors, Shaman King, Naruto, Digimon - Digital Monsters, La Princesa Mononoke* y *El increíble Castillo Vagabundo,* entre muchas otras series y películas animadas de gran valor simbólico para Oriente y Occidente, que la profesora Papalini (2006) caracteriza de la siguiente manera:

> En relación con su recepción: la masividad de consumo entre los jóvenes; su sensibilidad para captar los conflictos, intereses y perspectivas de su público; y la generación de una nueva socialidad: "grupos "de culto", clubes, ligas, y otras formas de encuentro e intercambio entre los jóvenes vinculados a estos productos. En cuanto a producción, distribución y consumo: su procedencia de un centro de irradiación del capitalismo global, Japón, quien cumple un papel importante en el señalamiento de las tendencias que luego se mundializan en relación con el desarrollo tecnológico; la evidencia de una "marca ideológica" en la selección de la producción que llega a América Latina que realizan los distribuidores de Estados Unidos; Su conformación como objeto multidimensional, que involucra distintos formatos y soportes para una misma historia, según las exigencias del mercado; y su pertenencia a la cultura visual y su papel en la modelación de habilidades y disposiciones atinentes a ella. (Papalini, 2006, p. 44).

Sin duda, esta caracterización del tipo de productos mencionado exige dar una mirada comunicativa a lo que es producido y puesto en circulación, que además genera procesos de apropiación cultural situados. En Colombia, rastrear investigaciones de corte comunicacional y semiótico se dificulta un poco, pues, como lo reconoce la profesora Danghelly Zúñiga (2009),

[4] Esta será la forma de nombrar a los dibujos animados producidos en Japón y comercializados en todo el mundo, que poseen unas características al interior de la cultura masiva.

> Para intentar algunas respuestas, es preciso poner estas producciones en una perspectiva más amplia. El análisis de la animación se ha concentrado en cuatro grandes temas: la historia de la animación, las distintas técnicas de producción, las narrativas utilizadas y los efectos de los mensajes emitidos. En la reflexión en Colombia ha primado el cuarto campo de investigación por la preocupación de los adultos de las escenas de violencia y con contenido sexual que hacen presencia en la estructura narrativa de las series animadas cuando son consideradas un producto típico de la programación infantil. (Zúñiga, 2009, p. 3).

En este sentido, la presente propuesta de investigación encuentra asidero en aquellos vacíos teóricos que las disciplinas sociales y humanas han ignorado al asumir una sola perspectiva de análisis. La intención y la justificación de una propuesta investigativa son muy claras a la luz de los referentes citados y del recorrido que ha hecho hasta este momento. Por lo tanto, el concepto de comunicación y de su objeto de estudio que asume el presente documento se afianza sobre la propuesta del Boliviano (2004), quien lo define como "un proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados" Fuera de esta consideración de significaciones y sentidos, sería imposible orientar la propuesta más allá de las relaciones de las que habla la profesora Zúñiga.

Caballeros del Zodiaco: del manga al anime. Una mirada sociosemiótica a la sociedad del entretenimiento

La primera temporada de *Caballeros del Zodiaco*, denominada "La saga de las doce casas", que constituye la unidad de análisis del presente trabajo, fue emitida por primera vez el 11 de octubre de 1986 en su país de origen, Japón. Sin embargo, su versión en español para Latinoamérica llegó en la década de 1990. Se retoma esta serie casi 25 años después en vista de que no ha perdido vigencia entre el público

infantil y adulto, por cuanto ha conseguido una presencia significativa a través de otras temporadas, películas y capítulos especiales (OVA) que siguen circulando a través de la televisión, el cine y el internet. De hecho, en el segundo semestre de 2014 fue estrenada la película *Saint Seiya. La leyenda del Santuario* en 3D, la cual fue una narración paralela a la emitida por televisión. Así, pues:

> Los productos de consumo catalogados como de esparcimiento, es decir las historietas y los dibujos animados, no son convidados de piedra en la difusión, elaboración y reelaboración de los complejos de significado del mundo contemporáneo (...) es necesario considerar la posibilidad que abren los medios masivos de comunicación de exponer ante millones de personas las sensaciones y reflexiones sobre el mundo moderno casi inmediatamente, obviamente construyendo, desde los medios, sus propias agendas temáticas. (...) La estrategia general de la captura de la audiencia es lograr hacer un vínculo entre la realidad de la audiencia y las situaciones que se recrean en la narración. Si se logra plasmar la mimesis y desarrollar adecuadamente la acción tendremos una comunicación total entre la historia narrada y la audiencia. (Zúñiga, 2009, p. 2).

Llama profundamente la atención el tema religioso y mitológico que es narrado en la serie en el marco de una historia de ficción. Este motivo posibilita que la serie pueda ser analizada desde las dimensiones filosófica, ética, estética y política, entre otras, al mostrar elementos propios de la realidad social en sus personajes, armaduras, biografías, objetos, etc. Al respecto, Omar Rincón también plantea un horizonte de sentido para aquello que se configura en el horizonte de las culturas mediáticas:

> *Las culturas mediáticas tienen su potencia comunicativa en el horizonte estético, ya que* por ser de carácter emocional y narrativo se concretan en la producción de gustos y valores de juicio socializados. También hemos dicho que las estéticas, más que filosofías y valores establecidos, son vivencias afectivas generalizadas en forma de gusto que se hacen símbolo, actitud, valor, lenguaje industria y experimentación (Rincón, 2006, p. 41).

Los dos investigadores citados coinciden en la densa trama de significaciones y sentidos que se forman a partir de los relatos que circulan por los diferentes medios. Sin embargo, ¿cuáles son las estructuras narrativas utilizadas que configuran la diégesis? ¿Existe la intertextualidad en estos relatos? ¿Cuáles son esos otros textos con los que está vinculada esa narrativa en la cultura contemporánea? ¿Cuál es esa utopía que se pretende narrar en *Caballeros del Zodiaco*, que se alimenta de la realidad social?

Las anteriores son las preguntas que se plantea la propuesta de investigación. Se pretende abordarlas a partir de la semiótica narrativa de Greimas (1983) para la identificación de los programas narrativos e isotopías; de Vladimir Propp (1998) en lo referido a la identificación de la diégesis; del historiador de las religiones Mircea Eliade (1963); y de Juan Eduardo Cirlot (1992), que aporta la comprensión de la multiplicidad de símbolos presentes en el relato para poder comprender el texto y los posibles intertextos que plantee en la cultura contemporánea. Es, en el sentido de lo expresado, el modo en que son concebidas las producciones anteriores y, por tanto, son tomadas como objeto de estudio sociosemiótico.

Referencias

Área de Narrativas Dibujadas. (2013). *Proyecto Área de Narrativas Dibujadas*. Recuperado de http://narrativasdibujadas.com.ar/proyecto/.

Cirlot, J. (1992). *Diccionario de Símbolos*. España: Editorial Labor.

Cuñarro, L. (2011). *Narrativa de la novela gráfica. Un análisis sociosemiótico de Marvel Civil War y el 9/11* [tesis de maestría]. Universidad del Zulia, Maracaibo.

Eliade, M. (1963). *Mito y realidad*. Madrid: Guadarrama.

Greimas, A. (1983). *La semiótica del texto. Ejercicios prácticos.* Barcelona: Paidós.

Leal, S. (2008). *Los X-Men como generadores de nuevas utopías: un enfoque semiótico* [tesis de maestría]. Universidad del Zulia, Maracaibo.

Matelart, A. y Dorfman, A. (1972). *Para leer al pato Donald: comunicación de masas y colonialismo.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Papalini, V. (2006). *Anime, mundos tecnológicos e imaginario social.* Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Propp, V. (1998). *Morfología del cuento.* Madrid: Akal.

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento.* Barcelona: Gedisa.

Sánchez Corral, L. (2003). Estructuras narrativas del discurso del "manga": el caso de los Caballeros del Zodiaco. En Cano, A. & Pérez, C. (Coords.). *Canon, literatura infantil y juvenil y otras literaturas* (pp. 143-176). Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha.

Zúñiga, D. (2009) Algunos problemas de análisis en las series animadas contemporáneas. *Revista Diálogos de la Comunicación, 78,* 1-10.

SEXTA PARTE

Semiótica visual

Ya Barthes dijo que la fotografía es un mensaje sin código. Según Jean-Louis Schéfer, el cuadro constituye su propio sistema. Benveniste niega el carácter semiótico del arte por no haber un código anterior a la creación de la obra. Y hasta Thürlemann, al defender la semiótica de la crítica de Benveniste, observa que el modo de producción del sentido en la imagen es otro que el de la lengua verbal. Las palabras sin lengua de Pasolini y el lenguaje sin lengua o sin signos de Metz y Mitry son otras tantas descripciones que no hacen más que apuntar hacia el mismo misterio. (Göran Sonesson, 2006. De la estructura a la retórica en la semiótica visual).

Figura 6 A. Calvo Galán, poesía visual

Fuente: https://www.google.com.co/search?q=semi%C3%B3tica+visual&-biw=1600&bih=799&source=hms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIh4_VuvWAyAIVSG0eCh0f5woV#imgrc=VsEBN9qot4I73M%3A.

INTERSTICIOS SEMIÓTICOS Y ESCOLIOS DE LOS ESTUDIOS DE LA IMAGEN: ENTRE LA MÍMESIS Y LA DIÉGESIS

Alexis Castellanos Escobar
acastellanose@libertadores.edu.co,
acastella22@uniminuto.edu.co
Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO
Fundación Universitaria Los Libertadores

Algunas sospechas preliminares

Acometer un recorrido sobre la comunicación visual[1] nos sitúa en una tarea ambigua y contradictoria, porque la discusión se ha basado en los soportes y medios que materializan aquello que se denomina "visual", reconociendo con peligro una historia, por momentos monófona, que lleva a centrarse en los desarrollos de los dispositivos, mas no en los

[1] Vertiente de los estudios de la comunicación que se sitúa en los años 60 del siglo pasado, implantándose rápidamente en los planes de estudio de programas como Diseño Gráfico y Publicidad, principalmente. Sobre los retos y desafíos de este enfoque, el investigador Julio César Goyes propone tres matrices que debe plantearse la comunicación visual contemporánea: primero, una inquietud por lo perceptivo desde la neurociencia cognitiva; segundo, una indagación por la representación y sus presupuestos epistémicos; y tercero, "una reflexión dialógica de la producción mediática de la imagen y la educación en una sociedad-mundo saturada por la hipervisualidad: fotografía, cine, vídeo, televisión, ordenador y nuevas tecnologías" (Goyes, 2002, p. 1).

procesos de producción de sentido. El otro polo de la clásica discusión exacerbó la recepción y empoderó a los sujetos, desplazando el objeto a un lugar de subordinación. Si bien fue interesante ver los rediseños y reapropiaciones, esto llevó a un aire de incertidumbre y les reconfiguró a lo visual y a la imagen su aspecto enigmático e ininteligible.

Bajo el solipsismo lingüístico que acompañó el siglo XX, se establecieron ciertas maneras de considerar las imágenes desde los andamiajes para analizar los textos[2], que fueron adoptadas por las diferentes corrientes semióticas estructuralistas y culturalistas. Sin embargo, de manera simultánea, enfoques desde la historia del arte, la percepción y la fenomenología hacían lo suyo, abocándose en los últimos años a una apuesta más contemporánea, un paso al "movimiento" de los estudios visuales donde se habla de un *giro pictórico* o *icónico*[3]. He decidido, entonces, tomar la imagen y la narración como elementos claves[4], lo que implica superar las viejas dicotomías en las cuales se estancaron los desarrollos teóricos para analizar un corpus de imágenes y narrativas de infancia que se construyen y circulan en los sitios web estatales.

Mímesis: entre la representación y la presentación

Este texto desarrolla algunas anotaciones para pensar la imagen: no se limita a entenderla como mera representación o simulacro, sino que reafirma su nuevo estatuto ontológico superando la falsa dicotomía de la imagen versus la palabra, y la sujeción de la primera como forma no válida de construcción de pensamiento. Como señala Joan Fontcuberta

[2] Si bien la noción de "texto" hoy tiene una amplitud que permite la inclusión de diferentes tipos de materialidades, el arraigo lingüístico tuvo una fuerte incidencia en los desarrollos teóricos y modelos de análisis pioneros.

[3] Para una revisión básica sobre estos conceptos, se recomienda consultar a W. J. T. Mitchell, Gottfried Boehm y Keith Moxey.

[4] Debo precisar que entiendo la imagen como un dispositivo narrativo en sí mismo, que vinculado a otros elementos como el sonido, el movimiento y la palabra permite la articulación de un metalenguaje. Cuando hago mención a la imagen como dispositivo, no es más que una alusión al mecanismo semiótico que le es propio, capaz de narrar a través de estrategias y elementos que componen la realidad.

(1997), las imágenes "ya no dan cuenta del mundo, son verdaderos mundos" (p. 20). Empero, lo que por años le fue negado y se redujo solo a un estatuto "engañoso" de orden sensible, hoy la imagen lo reclama con más fuerza.

Sin embargo, la postura logocéntrica, como señala Fernando Zamora (2007), mantuvo la oralidad y la escritura en un orden superior al estatuto icónico, presentando una clara escisión al considerar la palabra (*logos*) como elemento distintivo y diferenciador del hombre frente al animal, y por consiguiente con una carga por lo comunicativo frente a lo que ofrecían las imágenes, donde el discurso y la razón son "cifra de lo humano" (p. 30). El papel de la imagen fue relegado así a la sombra, la semejanza, la mímesis, el remedo, la representación. Bajo esta perspectiva se convirtió en sinónimo de reproducción, retrato, imitación, fragmento del universo perceptivo e incluso un fantasma, un espectro.

Los prominentes filósofos griegos, bajo la mirada de Platón, heredaron el concepto de mímesis, imitación de la verdad, que solo puede ser conocida de manera directa. Esta dicotomía entre el *logos* y el *eikos* marcaría la cultura occidental en los siglos siguientes, y de forma sorprendente aún tiene vigencia en algunos discursos más recientes. Esta aversión a la imagen, sumada al "imperio lingüístico", redujo su teorización a simple código. Si bien el estudio de la imagen fue asumido por la historia del arte, la filosofía, la antropología, la sociología, la psicología y la semiótica, hoy es objeto de estudio de todos y de nadie. Ha sobrevivido. El umbral contemporáneo ha llevado a un caudal de apuestas y aportes demasiado heterogéneos[5]. El estructuralismo y la

[5] En una perspectiva filosófica se encuentran autores como Foucault (1981), Deleuze (1984), Debray (1994) y Zamora (2007). Desde un enfoque de la historia de la técnica y los medios: Aumont (1992) y Flusser (1990). En una ruta que intenta revindicar la iconología de la historia del arte: Panofsky (1971) y Gombrich (1982). En referencia a análisis generales y apuestas interdisciplinarias, véanse Didi-Huberman (2010), Gauthier (1986) y Grupo μ (1993). En referencia a los estudios visuales, puede consultarse a Mitchell (2009), Mirzoeff (2003), Elkins (2010) y Brea (2010). Semiología y semiótica: Eco (1972), Vilches (1997), Zunzunegui (1989), García-Jiménez (1996) Machado (2000) y Abril (2007). Enfoques híbridos que valoran el aporte de la Gestalt: Arnheim (1984); Dondis (1976), quien aboga por una morfología de la imagen, y Villafañe (2006).

semiótica, en cuya inquietud por lo perceptivo se acercaron a las teorías de la Gestalt y sus leyes de la "buena" forma[6], plantean aproximarse a las imágenes realizando una taxonomía muy particular y específica, bajo términos como sintaxis, gramática y retórica, glosarios configurados que dan cuenta de ella. Desde allí, la imagen entonces se convierte en texto[7]. Con el trascurrir de los años emergen los estudios semióticos sobre la publicidad, la fotografía, el cine, las historietas, el cómic y la televisión como profusas variaciones. Estos enfoques plantean una serie de matrices y herramientas de análisis para comprender las "imágenes" a partir de estructuras lingüísticas que identifican lo que es explícito-implícito, consciente-inconsciente, significado-significante en sus relatos y discursos.

Aquí también emergen ciertas fisuras en la tradición semiótica como la ambigüedad de la categoría "texto" y "código", la mala interpretación de las nociones de "ícono", "índice" y "símbolo", el anquilosamiento y baja actualización teórica de la semiótica desde el diseño gráfico, la mala lectura y mezcla de enfoques, escuelas y corrientes, el desdén de la teoría estructuralista, y la dificultad de aplicar sus principios en los plurales contextos en América Latina. No obstante, autores como Begoña Gutiérrez San Miguel (2006) precisarán que para entender las imágenes y narrativas se requiere un soporte semiótico que no necesariamente tiene que estar anclado en lo lingüístico, donde se pretende "*leer las imágenes*".

Por su parte, la iconología, ligada al enfoque histórico y al estudio del arte, asumirá una postura para analizar las formas simbólicas producidas de acuerdo a variables como el contexto, las referencias culturales y la proximidad de estilos. Autores como Aby Warbug y Erwin Panofsky, con sus perspectivas y metodologías emergentes, tienen un

[6] Esta vertiente se desprende de la psicología, que se ha interesado por lo cognitivo y lo afectivo en una aproximación a la comprensión y estructura de la percepción humana. Estudios más recientes han sido elaborados desde la neurociencia.

[7] Sobre esta propuesta particular se puede consultar a Lorenzo Vilches (1997) en su obra titulada *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*, específicamente el capítulo II, llamado "La imagen es un texto" (pp. 29-93).

revival particularmente en los estudios visuales. Desde este campo transdisciplinario que se ha configurado desde la década de 1990, uno de sus mayores exponentes, José Luis Brea (2010), plantea una perspectiva de la imagen y la cultura visual: establece, en primer lugar, una relación con las promesas de duración de la imagen fija (*imagen-materia*); luego, la imagen en movimiento (*film*); y, finalmente, emerge la imagen digital, que denomina "*e-imagen*". El concepto de imagen que trabaja el autor recorre tres *epistemes* distintas: arranca de un carácter dogmático, luego se desplaza a uno histórico social, para más adelante reconfigurar la *episteme* biopolítica. Para Brea, la imagen debe ser considerada cercana a las condiciones históricas, las estructuras de poder, los condicionamientos culturales, las formas de economía, los modos de producción y la construcción de las formas de sujeción.

Desde la comunicación, el camino ha sido divergente, pues los intereses varían entre la influencia de las imágenes y sus referencias ideológicas, de forma, función y contenido de los mensajes visuales-audiovisuales, así como la producción y los enunciatarios de dichos mensajes. A partir de la narratología, algunos hablarán de imágenes visuales (pese a que parezca redundante) y acústicas[8]. El campo sonoro ha sido una de las exploraciones teorizadas en los últimos años, apartándose de los análisis musicológicos y buscando una cercanía con las relaciones frente a la imagen[9], como en el caso de las narrativas audiovisuales propias del cine, el video y la televisión[10].

La diégesis de las imágenes

Una avalancha de autores y textos ha incursionado en los últimos años para intentar proponer modelos de análisis sobre "las

[8] Jesús García Jiménez (1996) establece la clasificación de imágenes visuales y acústicas en un intento por explicar el sistema narratológico (p. 14).

[9] Begoña Gutiérrez (2006) afirma que el sonido puede "presentar variables al contenido y las necesidades expresivas, lo que lleva a la aparición de contrastes, analogías, asincronías, subjetivaciones, elipsis, distorsiones..., creando un amplio campo de experimentación, en el que también se incluye el silencio como efecto narrativo" (p. 19).

[10] Un autor infaltable en esta línea de trabajo es el compositor y teórico Michel Chion.

narrativas". Si bien algunos son herederos de la teoría literaria y la narratología, y otros de la semiótica audiovisual, en la última década se han vislumbrado aportes que intentan dar cuenta del fenómeno en la época teletecnológica[11]. Este "giro narrativo" ha traído nociones y recursos para la teorización; sin embargo, lo que me propongo defender es, principalmente, el entendimiento de la imagen como narración. Se ha mencionado que la imagen narra y que toda imagen-narración corresponde a un contexto de producción con implicaciones políticas y estéticas que se cruza con factores tecnológicos y culturales[12].

Dos términos que emergen en este punto y que se imbrican tanto con la imagen como con las narrativas son diégesis y mímesis, este último abordado y con un desarrollo más generoso en la primera parte de este artículo. Ahora bien, entiendo lo diegético como una derivación de la diégesis[13], que no es más que el relato, una secuencia lógica en un espacio-tiempo. En todo caso, los hechos contados, las dimensiones espacial y temporal constituyen esa diégesis como una construcción simbólica, que implica tanto el contar como el mostrar; donde eso del relato

[11] Desde la filosofía clásica, Platón y Aristóteles son referentes obligados, al igual que los textos de Paul Ricoeur y Walter Benjamin. Con un aroma filosófico-histórico: Michel de Certeau. Frente a lo cognitivo y las narrativas: Jerome Brunner. Desde la perspectiva de la lingüística y la literatura es posible encontrar autores como Vladimir Propp y sus aportaciones de la morfología narrativa, y Gérard Genette. En la narratología como disciplina, sus más reconocidos exponentes son Mieke Bal y Tzvetan Todorov. Con un enfoque semiótico: Begoña Gutiérrez, Jesús García Jiménez y Gunther Kress. Bajo la perspectiva de que los medios de comunicación "cuentan" y "relatan historias": Carlos Scolari y José Luis Orihuela. En el horizonte de las narrativas transmedia y crossmedia: Henry Jenkins y David Marshall. Desde teorizaciones un poco más independientes cercanas a los videojuegos y la ludología: Jane McGonigal, Dave Szulboski y Óliver Pérez Latorre.

[12] En este punto es inevitable mencionar que dos obras clásicas de la filosofía como La República de Platón y La Poética de Aristóteles conciben el concepto de diégesis y el de mímesis. Lo que llama particularmente mi atención es que ambos conceptos, tanto el relato como la imitación, se conectan con la noción de imagen.

[13] Diégesis: es la historia, el espacio temporal donde se desarrolla la historia. Retomando a Michel de Certeau, "allí donde el mapa corta, el relato atraviesa. 'Diégesis', dice el griego para designar la narración: instaura un camino ('guía') y pasa al través ('transgrede')" (De Certeau, 2000, p. 141).

> puede ser entendido como el referir dos o más hechos (o una situación y un hecho) que se hallan lógicamente conectados, suceden a lo largo del tiempo y están unidos por un tema consistente en el interior de una totalidad. (Stam, Burgoyne & Flitterman-Lewis, 1999, p. 91).

El modo diegético o narrativo supone para Gonzalo Abril una serie de operaciones de tipo temporal, espacial, perceptivo y enunciativo. La narración es la forma de contar que contiene un planteamiento, un nudo y un desenlace.

Por su parte, Jesús Bermejo Berros (2005) define "narrativa" como "un fenómeno humano que consiste en producir y consumir relatos en un contexto social e histórico", que además "tiene su origen en la acción humana y se desencadena ante la necesidad de restablecer un desequilibrio percibido" (p. 104). Para este autor, "en el encuentro del relato y la imagen visual y auditiva está el origen de la narrativa audiovisual" (p. 15). En su propuesta plantea tres dimensiones: la *preconfiguración* (la producción por parte del autor), que evidencia la intención de la acción humana y la apertura a las prácticas sociales, como acuñara Michel de Certeau; la *configuración* (el relato en sí mismo), donde se encuentra la producción de relatos e historias, y la *reconfiguración* de las narrativas (el consumo por parte del espectador), que tienen propiedades y un orden cronológico. Estos tres lugares o sitios también serán tenidos en cuenta en el análisis por otros autores[14]. Como lo he venido precisando, Bermejo igualmente reconoce la forma como "la narrativa audiovisual se ha ido constituyendo como disciplina científica en la intersección multidisciplinar de diversas voces interesadas en el relato y la narración (la semiótica, la lingüística textual, los estudios fílmicos, la narratología)" (Bermejo, 2005, p. 15).

[14] Por ejemplo, Gillian Rose (2001) propone tres sitios para hacer un análisis visual: 1) la producción; 2) la audiencia; y 3), el objeto en sí mismo.

Tentativa metodológica

En este punto se articulan las categorías y debates de corte teórico esbozados anteriormente, en una materialidad que son tres sitios web estatales: *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Gobernación de Antioquia* y *Alcaldía de Pasto*[15]. Cabe recordar que sobre las políticas de los sitios web del Estado, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia estableció en el año 2008 una estrategia llamada *Gobierno en Línea*, que buscaba trazar lineamientos y recomendaciones para publicar la información del Estado colombiano en Internet de una manera clara y, sobre todo, articulada. Para lograr dicha cohesión entre tantas dependencias y sectores, se creó el *Manual 3.1 para la implementación de la Estrategia de Gobierno en Línea en las entidades del orden nacional de la República de Colombia*[16], documento que precisa que para cada uno de los sitios web del Estado colombiano se debe tener información dirigida a los niños sobre la entidad y sus actividades, de manera didáctica y en una interface interactiva. De esta forma, la apuesta metodológica contempló tres fases: 1) elaboración y diseño de instrumentos; 2) sistematización; y 3), análisis y hallazgos. Siendo consecuente con esta estructura, las técnicas utilizadas que se aplicaron en la investigación fueron las siguientes.

- **Observación y análisis de las imágenes y narrativas de los sitios web** a partir de la recolección de un corpus visual de sitios, micrositios y páginas web estatales, en capturas de pantalla con registros de las imágenes, textos, animaciones, videos y otros componentes que poseen estos productos comunicativos. Este análisis fue orientado gracias a la matriz propuesta:

[15] Particularmente los sitios web revisados son las versiones para niños de las dependencias mencionadas. Frente a esta decisión metodológica, se consolidó un inventario de los sitios web estatales que cumplían con los lineamientos de Gobierno en Línea para hacer una revisión de las imágenes y narrativas, luego se diseñó una matriz de selección que permitió escoger bajo criterios fundamentados un sitio web de nivel nacional, otro gubernamental y otro municipal.
[16] Véase el documento disponible en: http://programa.gobiernoenlinea.gov.co/apc-aa-files/ebodf1052919522 3e011ca6762bfe39e/manual-3.1.pdf (consultado: 16 de octubre de 2014).

Tabla 6.1. Matriz de análisis

Tipología (Entidad	Objetivo	Público	Diseño	Contenido	
Nacional – Presidencia (Ministerial). URL: http://www. **Gubernamental** URL: http://www. **Local – alcaldías**. URL: http://www.	Finalidad del sitio web.	a) Perfil de usuario. b) Personas que consultan el sitio web.	a) Interfaz de usuario. b) Mapa del sitio: - Niveles. - Navegación. c) Estructura de conectividad: - Vínculos internos. - Vínculos externos.	**Imágenes** a) Textual. b) Visual: Fijas y Móviles. - Medio de producción - Medio de almacenamiento - Medio de transmisión c) Audiovisual: - Video - Cine - Televisión. - Animación. d) Acústico: - Música. - Efectos sonoros. - Locución.	**Narrativas:** a) Espacios: -Naturaleza. -Magnitud. -Calificación. -Identificación. -Finalidad. b) Tiempos: -Velocidad. -Movimientos. -Desplazamientos. -Reproducción. -Duración. -Intervalo. -Ritmos. -Escenas. -Dirección. -Flujo. -Magnitud. -Precisión. c) Sujetos-objetos: -Personajes principales. -Personajes secundarios. -Narrador. -Narratario. -Estatus político. d) Relatos: -Orden. -Acciones. -Sentido de la acción. -Estructura narrativa. -Tipo de narración.

Fuente: elaborado con base en Charaudeau (2010b)

- **Entrevistas semiestructuradas**, que permitieron indagar sobre la creación y producción de imágenes y narrativas para la infancia colombiana en equipos interdisciplinarios que estuvieron involucrados en la producción de los sitios web estatales mencionados. Dichos equipos estaban compuestos principalmente por diseñadores, comunicadores, ilustradores, animadores e ingenieros.

Hallazgos y conclusiones

- Las imágenes de la infancia recreadas en los sitios web estatales colombianos responden a una tradición de imágenes del siglo XIX y XX asociadas a la niñez, con una fuerte influencia de cartillas escolares y un conglomerado de ilustraciones y dibujos. Desde la producción de los textos, imágenes, fotografías, animaciones e ilustraciones que se ven son huellas que evidencian y refuerzan esta idea y visión de infancia como un sujeto sin voz, orientado al proteccionismo.

- Los mecanismos de poder, la impronta cultural, los estereotipos sociales y el modelo de sociedad patriarcal hacen parte de los factores que juegan un papel determinante y fundamental en la construcción de las imágenes-narrativas de la infancia colombiana en la era digital, y que se evidencian en la presencia en internet del Estado. Las distinciones de raza, género y clase también afloran, a pesar de que se propende a un discurso de igualdad de derechos y de cuidado a la infancia.

- La relación entre los juegos, videojuegos y el mundo tecnológico solo evidencia una mirada del niño como consumidor. Se asocia lo lúdico y lo divertido en el mundo infantil con juegos básicos que, en su mayoría, se utilizan en libros escolares o en actividades para niños en la educación básica primaria.

- Los sitios web para los niños se asumen en su mayoría como producto comunicativo en muchas ocasiones como una derivación

del sitio web estatal principal, mas no como un proyecto; por tanto, no tienen la importancia y la envergadura que se requiere.

- En estas transformaciones del Estado en cuanto a los espacios virtuales y el tránsito de los lugares tradicionales a lo digital y los contenidos en internet en el ciberespacio, se vislumbra una continuidad de la reducida y baja participación y visibilidad de la infancia y la niñez colombiana, donde el Estado colombiano aún no ha logrado adaptarse a un nuevo contexto que permita explotar todas las posibilidades de lenguajes, estableciendo con ello encrucijadas cada vez más fuertes.

- Las imágenes y narrativas de los sitios web estatales analizados, al "igual que sucede con todas las representaciones culturales, las de los nuevos medios son inevitablemente parciales. Representan y construyen algunas características de la realidad física a expensas de otras; se trata de una visión del mundo entre otras" (Manovich, 2006, p. 60).

- También se evidencia la existencia de dos capas en los sitios web estatales: una cultural y otra informática. La primera incide en las re-presentaciones y su carga simbólica, la segunda en el lenguaje informático[17]. Sin embargo, a pesar de su relación simbiótica, estas dos capas se afectan entre sí, particularmente en las narrativas de los sitios web. La capa informática se transforma con el tiempo, pues depende de los adelantos en la bina hardware y software, lo que implica cambios en las operaciones fundamentales e "influyen en la capa cultural de los nuevos medios, en su organización, en sus géneros emergentes y en sus contenidos" (Manovich, 2006, p. 93).

- Finalmente, el diseño de los sitios web estatales es una combinación de discursos y modos que son utilizados de forma

[17] "En términos semióticos, la interfaz del ordenador actúa como un código que transporta mensajes culturales en una diversidad de soportes" (Manovich, 2006, p. 113). Por tanto no sería posible dicotomizar la forma del contenido, ya que actualmente la cultura incide en las formas de las interfaces de los ordenadores.

consciente con fines comunicativos desde el discurso oficial, puesto que cada uno de ellos tiene la potencialidad de representar y comunicar significaciones. Los modos semióticos "pueden haberse utilizado, de maneras específicas, para producir el texto" (Van Dijk, 2000) con potencialidades de representación y comunicación, producidas culturalmente pero inherentes a cada uno.

Referencias

Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. Madrid: Síntesis.

Arnheim, R. (1984). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.

Aumont, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.

Bermejo, J. (2005). *Narrativa audiovisual. Investigación y aplicaciones*. Madrid: Pirámide.

Brea, J. (2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-imagen*. Madrid: Akal.

De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.

Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Paidós.

Deleuze, G. (1984). *La imagen-movimiento: estudios sobre cine 1*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Didi-Huberman, G. (2010). *Ante la imagen. Pregunta formulada a los fines de una historia del arte*. Murcia: Cendeac.

Dondis, D. (1976). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

Eco, U. (1972). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen.

Elkins, J. (2010). *Un seminario sobre la teoría de la imagen*. Estudios visuales, 7. Disponible vía electrónica en: http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num7/09_elkins.pdf (consultado: 16 de octubre de 2014).

Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. México: Trillas.

Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Foucault, M. (1981). *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Barcelona: Anagrama.

Gauthier, G. (1986). *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Madrid: Cátedra.

García-Jiménez, J. (1996). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra.

Grupo μ. (1993). *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Madrid: Cátedra.

Gombrich, E. (1982). *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Barcelona: Gustavo Gili.

Goyes, J. (2002). *Horizontes de la comunicación visual contemporánea*. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. Disponible vía electrónica en: http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/com_visu.html (consultado: 16 de octubre de 2014).

Gutiérrez, B. (2006). *Teoría de la narración audiovisual*. Madrid: Cátedra.

Kress, G., y Van Leeuwen, T. (2010). *Multimodal Discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Routledge.

Machado, A. (2000). *El paisaje mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*. Buenos Aires: Libros del Rojas.

Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.

Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

Mitchell, W. (2009). *Teoría de la imagen*. Madrid: Akal.

Panofsky, E. (1971). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza.

Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual*. London: Sage.

Stam, R., Burgoyne, R., y Flitterman-Lewis, S. (1999). *Nuevos conceptos de la teoría del cine*. Barcelona: Paidós.

Van Dijk, T. (Comp.) (2000). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.

Vilches, L. (1997). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós.

Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.

Zamora, F. (2007). *Filosofía de la imagen, Lenguaje, imagen y representación*. México: Escuela Nacional de Artes Plásticas, Universidad Autónoma de México.

Zunzunegui, S. (1989). *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra-Universidad del País Vasco.

SÉPTIMA PARTE

Semiótica de la cultura

[...] toda cultura es semióticamente no-homogénea y el constante intercambio de textos se realiza no sólo dentro de cierta estructura semiótica, sino también entre estructuras diversas por su naturaleza [...]. (Iuri Lotman, La semiosfera).

Figura 7 Cultura huichol

Fuente: http://1.bp.blogspot.com/_mMqqZITA3oc/TP6zJH3rm-I/AAAAAAAA-Fao/-tzTbxrlrWE/s1600/front2.jpg.

BILLETE DE MIL PESOS COLOMBIANO: ANÁLISIS DISCURSIVO INTERTEXTUAL

Raúl Firacative-Ruiz
raul.firacative@uptc.edu.co
Universidad Libre, sede Bogotá

Introducción

El estudio crítico del discurso (ECD) es un campo analítico que se interesa en la manera como los textos que circulan en la cultura promueven cierto tipo de ideologías en detrimento de otras. En esta medida, "proponer una manera de realizar el análisis crítico del discurso implica asumir un compromiso con el discurso como una manera de desestructurar la multiplicidad de sentidos que es capaz de portar" (Pardo, 2013). Se parte de esta definición de discurso: este es un hecho social de carácter comunicativo y multisígnico en el que confluyen aspectos cognitivos y sociales que tipifican el saber común compartido por un grupo. Entre los conceptos que sustentan el análisis discursivo

se cuentan la multimodalidad, la intertextualidad y la interculturalidad, los cuales permiten abordajes amplios sobre los significados de los objetos semióticos.

En primer lugar, la *multimodalidad* se refiere a la amalgama de diferentes sistemas semióticos en un discurso. La presencia de signos verbales y no verbales —palabra, gesto, sonido e imagen, entre otros— indica la articulación sistemática a la interacción comunicativa de un conjunto de representaciones sobre la situación de interacción. Bajo la multimodalidad se integran signos visuales, auditivos, olfativos, gustativos o táctiles. En el caso que se analizará aquí, el billete de mil pesos colombianos, la fotografía, el dibujo y el texto escrito son los signos visuales de interés.

Según Kress y Van Leeuwen (2010), el concepto de multimodalidad incluye los procesos que combinan el uso de los distintos sistemas de signos (modos) actualizados, es decir, integrados significativamente en el discurso, así como los mecanismos comunicativos de producción y comprensión que los interlocutores relacionan para generar cierta significación. "Desde este perspectiva, los modos son conjuntos de unidades capaces de materializar las representaciones, articuladas a sistemas sígnicos de naturaleza diversa." (Pardo, 2012, pág. 79). Una relación multimodal consiste en un proceso en el cual diversos mecanismos son capaces de llevar a cabo una interacción (auditiva, visual, táctil y gestual) conjunta mediante diversos dispositivos y de forma accesible para las personas.

Los estudios multimodales no son nuevos, según referencia Neyla Pardo (2012). Estos pueden rastrearse desde el siglo XVIII, por ejemplo, cuando se identificaron las diferencias y los límites que se producen entre lo narrado en el pasaje de la Eneida y una escultura romana, y la forma como se construyen los significados a partir de sistemas sígnicos, géneros y funciones en el arte. En síntesis, los estudios multimodales intentan dar cuenta de la forma como el hombre, a través de las

diversas manifestaciones creativas y expresivas del lenguaje, actualiza constantemente el uso de los signos y propone nuevas formas de significación de la cultura[1].

En segundo lugar, el concepto de *intertextualidad* alude "al anclaje de un discurso en otro" (Pardo, 2012) mediante la construcción de un tejido de discursos entre discursos. La dimensión intertextual aporta a la multimodalidad una conexión entre las diferentes modalidades de expresión semiótica, desde la consideración de sus puntos de encuentro. Por último, la *interculturalidad* pone en relación saberes locales y globales en la medida que formas de ser del individuo y el entorno se complementan con ese tejido de saberes y formas de proceder que es la cultura.

- **Corpus de trabajo:** el billete de mil pesos colombianos, con la imagen de Jorge Eliécer Gaitán Ayala.
- **Método:** para analizar el billete se siguen los lineamientos metodológicos sugeridos por Neyla Pardo (2012):
  - Descripción del corpus de trabajo.
  - Verificación y análisis de los recursos semióticos presentes en el corpus en la perspectiva del análisis crítico del discurso multimodal.

Al decir de Pardo (2012), los signos "se deben interpretar como acciones articuladas a funciones elaboradas socialmente y desplegadas discursivamente" (p. 51), esto con el fin de interpretar los sentidos adscritos y sus posibles efectos en las prácticas de los actores sociales; todo bajo el principio de que los acontecimientos semióticos incluidos en la imagen no son neutros.

[1] Seminario "Conceptos claves en la comunicación contemporánea", dirigido por la Doctora Neyla Graciela Pardo Abril en el marco del Doctorado en Lenguaje y Cultura de la UPTC. Tunja, 10 de mayo de 2014.

Descripción del corpus

El billete de mil pesos con la imagen de Jorge Eliécer Gaitán es un papel moneda editado por el Banco de la República de Colombia en 2005, que tiene tres ediciones. La primera salió a circulación el 3 de marzo de 2002 en el tamaño de 70 x 140 mm. Ese mismo año, el Banco determinó necesario controlar el gasto en la producción de billetes[2] y decidió sacar una segunda edición con fecha del 1 de noviembre de 2005, en la cual se cambia el tamaño del billete a 65 m 130 mm; salió a circulación el 17 de noviembre de 2006 con el mismo diseño e iguales características generales que la primera, salvo el tamaño. Y la tercera edición salió a circulación el 14 de agosto de 2014.

El diseño del billete es una creación del artista antioqueño José Antonio Suárez Londoño y representa el grabado de dos imágenes de Jorge Eliécer Gaitán Ayala (en adelante, JEGA) de la década de 1940. En la mitad derecha del anverso del papel se incluye un dibujo que evoca una fotografía en un primer plano del rostro del personaje, el cual tiene la cabeza inclinada y mira de frente; en el segundo plano se observa una multitud, predominantemente masculina, cuya mirada va en la misma dirección que su dirigente. En el centro del reverso, se incluye un recuadro con el dibujo de Gaitán que mira hacia la izquierda en un plano medio y con un sombrero en la mano derecha, saludando a una multitud que enarbola banderas[3]. Además aparece la firma de Gaitán en letras negras y dos frases célebres dichas por el líder popular: "Yo no soy un hombre, soy un pueblo" y "El pueblo es superior a sus dirigentes".

---

[2] Según el Banco de la República, "Aproximadamente el 60% del costo de producción de un billete está asociado con las características de seguridad que se integran al papel, como son la marca de agua, los hilos de seguridad, las fibrillas, etc.; y casi el 20% corresponde al costo de las tintas especiales que se utilizan y que aportan un nivel de seguridad adicional, por tratarse de tintas resistentes a agentes químicos, al agua y al calor, entre otras características" (www.banrep.gov.co)

[3] La primera imagen corresponde a una fotografía tomada en el hotel Nutibara de Medellín; la segunda hace referencia al día de su proclamación en Bogotá como candidato presidencial del Partido Liberal. Más adelante, en el apartado sobre intertextualidad, se amplía esta información.

En los bordes superior e inferior del reverso se observa el dibujo de una semilla que se va convirtiendo en una rosa roja y luego se va disolviendo. En las dos imágenes, Gaitán viste traje de color oscuro, camisa blanca y corbata. En ambas caras del billete se incluye la mitad de la figura de una balanza que se completa en un registro perfecto al ser visto el billete a contraluz. Finalmente, en el costado izquierdo inferior del reverso se encuentra el sello del Banco de la República.

Figura 7.1 Anverso y reverso del billete de mil pesos con la figura de Jorge Eliécer Gaitán

Fuente: adaptación por el autor

Los textos propios del papel moneda que incluye el billete son: "1000 pesos"; "Banco de la República"; "Colombia"; fecha de emisión; firmas de los gerentes general y ejecutivo del Banco; y número de serie. Además, los siguientes son otros elementos del diseño que forman parte de la seguridad dada al papel (para evitar las falsificaciones), que se observan bajo luz ultravioleta.

En el anverso:

- Bordes internos de semillas que van germinando en color verde.
- Imagen de automóvil Buick de Jorge Eliécer Gaitán en color verde.
- Fibrillas de colores rojo, verde y azul, invisibles a la luz normal.
- Hilo de seguridad en color azul y franja de agua.
- En el reverso aparece la palabra "COLOMBIA" en color verde.

Figura 7.2 Billete bajo luz ultravioleta

Fuente: adaptación por el autor

Figura 7.3 Hilo de seguridad y franja de agua

Fuente: adaptación por el autor

Bajo la luz normal la mezcla de colores del papel incluye tonos en sepia. Los dibujos oscilan entre marrón, ocre, rojizo, negro y diferentes tonos de gris, los cuales otorgan a este billete la sensación de tiempo pasado, de alusión a un hecho histórico del país.

Recursos semióticos e intertextualidad

El billete de mil es un objeto discursivo en el cual se da una amalgama de cuatro sistemas semióticos, así:

Tabla 7.1 Recursos semióticos en el billete de mil

Billete de mil				
Sistemas semióticos	Imagen fija	Color	Formas y texturas	Escritura
Recursos	- Dos grabados del año 2005 diseñados por el artista José Antonio Suárez.	Tonos sepia con mezcla de marrón, negro, gris, verde y rojo.	Impresión en altorrelieve que le da el carácter legal de papel moneda.	-Firma de JEGA debajo de dos de sus frases célebres:

	- Con la imagen de JEGA delante de una multitud con banderas, a partir de fotografías del político tomadas en la década de 1940. - Semillas que germinan y se transforman en flor. - Rosa que se disuelve. - Balanza. - Automóvil Buick (en ultravioleta).			"Yo no soy un hombre, soy un pueblo. El pueblo es superior a sus dirigentes" -Nominalizaciones referidas al papel moneda: 1.000 pesos, Banco de la República, Colombia, fecha de emisión y firmas gerenciales del BRC y el número de serie del billete.
Modalidad del signo	Visual	Visual	Táctil	Visual

Fuente: creación propia

El carro que aparece en ultravioleta fue el vehículo con el cual Gaitán recorrió el país; la balanza refiere su profesión como abogado; las semillas en diáspora representan las ideas que daba al pueblo para la lucha contra la oligarquía; y la rosa es JEGA, que luego de llegar a su esplendor se disuelve y muere. Esta iconografía crea sobre Gaitán una perspectiva falseada de la memoria: se configura un mártir romántico que murió por sus ideas, a la vez que oculta el verdadero papel beligerante que cumplió en favor del pueblo y en contra de la clase política corrupta que detentaba el poder en la primera mitad del siglo XX en Colombia. Este es el primer indicio de falseamiento de la memoria alrededor e Gaitán. La tabla anterior integra aspectos intertextuales que se explican enseguida.

Las imágenes usadas por el artista José Antonio Suárez en el diseño del billete corresponden a fotografías tomadas al caudillo en 1945 y 1947. La imagen del anverso del billete se basa en la fotografía que le tomó Jorge Obando a Gaitán en la ciudad de Medellín, en un balcón del Hotel Nutibara, en 1947.

Figura 7.4 JEGA en la terraza del Hotel Nutibara (Medellín, 1947)

Fuente: adaptación por el autor

Figura 7.5 Detalle del anverso del billete

Fuente: adaptación por el autor

Estos dos retratos coinciden en el gesto y la postura del personaje. Tanto en la fotografía como en el dibujo, JEGA se ve tranquilo y reposado. El diseño del artista (Figura 5) se concentra en el rostro y calca con precisión los rasgos de nariz, pómulos y labios; sin embargo, ya que JEGA tenía los parpados caídos, para la mirada Suárez optó por definir el arco de las cejas y tensar los párpados, lo cual hace que el dibujo del billete muestre más abiertos los ojos; se proyecta así una expresión amable y abierta que crea un efecto de mayor cercanía y ecuanimidad por parte del JEGA dibujado hacia quien mira el billete.

Por su parte, la imagen del reverso remite a una fotografía tomada por Sady González el 23 de septiembre de 1945, en la plaza de toros de La Santa María (Bogotá). En aquella ocasión, JEGA fue proclamado candidato a la Presidencia por del Partido Liberal, y denominado "candidato del pueblo". En la fotografía de González, JEGA se halla en medio de una multitud y levanta su brazo para saludar; en la mano derecha sujeta su sombrero y en la izquierda sostiene su abrigo.

Figura 7.6 Izquierda: JEGA saluda a sus seguidores en la Plaza de Toros de La Santa María (Bogotá, 1945). Derecha: detalle del reverso del billete

Fuente: adaptación de los autores

Al comparar la fotografía con el grabado del billete, se observa que en este último la cabeza se giró un poco hacia la derecha. Si bien se conserva la situación del saludo con el sombrero en la mano, se eliminó el abrigo y se dejó el brazo izquierdo caído al lado del cuerpo. En la fotografía, los labios están ligeramente separados, el ceño un poco fruncido y los ojos no se detallan debido a una sombra que los cubre. Estos elementos de la gestualidad proyectan seriedad y meditación en el personaje al momento de ser fotografiado (Studer, 1996)

Mientras tanto, en el dibujo aparece un contraste: la incipiente sonrisa de Gaitán. Los labios entreabiertos dejan ver los dientes. José Antonio Suárez eliminó el ceño fruncido y nuevamente dio claridad a los ojos. Se logra así una mirada serena y a la vez alegre que indica el cambio en el gesto presente en las dos representaciones: de la mirada trascendental de JEGA en la foto, se pasó en el billete a un personaje simpático que mira con agrado su entorno. Gracias a esta transformación, Suárez creó un contexto de quietud para todo aquel que se acerque a JEGA través del billete de mil pesos.

Los referentes

Se hace necesario presentar enseguida a los referentes que se integran en el diseño del billete. Nos referimos al Banco de la República, JEGA, José Antonio Suárez Londoño y Jorge Obando Cardona.

El Banco de la República (BRC) es un ente gubernamental en cuya página de Internet se lee:

> El BRC es el banco central de Colombia. Se creó el 23 de julio de 1923 y desde entonces ha participado en la construcción de la historia nacional y ha trabajado por el bienestar y el patrimonio de los colombianos. Con la Constitución de 1991 se introdujeron reformas radicales al Banco y al manejo de la política económica del país:
>
> Se estableció que el objetivo principal de su política es el de preservar la estabilidad de precios, lo que significa mantener una inflación baja y

> estable. Para lograrlo, el banco diseña y ejecuta las políticas monetaria, cambiaria y crediticia que tiene a su cargo, las cuales promueven la solidez, la estabilidad y el crecimiento económico del país.
>
> El Banco también contribuye al rescate, cuidado y difusión del patrimonio cultural de los colombianos[1], (subrayado propio). (Banco de la República, s.f.)

Se subraya este último aspecto puesto que el Banco de la República administra la Biblioteca Luis Ángel Arango, el Museo Casa de la Moneda y, por supuesto, es el encargado de diseñar el dinero de circulación nacional. Las monedas y billetes son obras artísticas y, al igual que la bandera y el escudo, se consideran símbolo de la nacionalidad, patrimonio y cultura de los países, razón por la cual se convierten en referentes para las futuras generaciones. El Banco guarda reservas de su producción y las conserva como piezas de museo para que se conozca la historia del país a través de su numismática.

Hasta 1977, los billetes colombianos eran diseñados por la casa inglesa *Thomas De La Rue Currency* o por el *American Bank* de los Estados Unidos, pero a partir de 1978 se promovió la renovación de los billetes ante la necesidad de mitigar la falsificación. Surgió así la serie denominada *Nueva familia de billetes de Colombia:*

> Esta serie comprende por orden de aparición las denominaciones de $500 (Santander), $1.000 (Bolívar), $100 (Nariño), $200 (Expedición Botánica), $2.000 (Bolívar), $5.000 (Núñez) y, $10.000 (mujer embera). En todos estos diseños se aprecia una concepción uniforme así como la utilización de motivos tomados de la historia y la cultura del país. En cada caso, los billetes fueron dotados de los dispositivos de seguridad de mayor actualidad en el momento. (Banco de la República, s. f.).

[1] Fuente: Página web del BRC. http://www.banrep.gov.co/es/antecedentes

Desde el inicio de la producción de la *Nueva familia de billetes,* el Banco recibió asesoría histórica y artística por especialistas en historia colombiana, como es el caso del historiador y primer cronista de Bogotá, Guillermo Hernández de Alba (quien fuera director del Museo del 20 de Julio), del escritor Germán Arciniegas y del artista Mauricio Obregón.

> El último ejemplar de la familia correspondió al billete de $10.000, conmemorativo del V Centenario del Descubrimiento de América. En esta oportunidad el banco por primera vez recurrió a una nueva modalidad para definir el diseño. Para el efecto, se realizó una convocatoria de artistas de todo el país para participar en un concurso de diseño preparado con este fin. Los artistas preseleccionados recibieron las bases del concurso y asistieron a un programa de orientación técnica. (Banco de la República, s. f.).

En consonancia con lo anterior, en el año 2000 el Banco invitó a los artistas nacionales a participar en la convocatoria para el nuevo diseño del billete de mil pesos[5], el cual reemplazaría a la moneda que circulaba en ese entonces y que era motivo de falsificación incontrolable. Esta convocatoria se llevó a cabo en medio de la crisis del gobierno de Andrés Pastrana por los fallidos diálogos de paz con la guerrilla. El ganador del concurso fue el artista antioqueño José Antonio Suárez Londoño (de quien se hablará más adelante). Para el Banco, la razón por la cual se escogió a JEGA fue la conmemoración del cincuentenario del asesinato del caudillo popular. Así lo manifestó Miguel Urrutia Montoya, director del Banco en ese momento:

> A este importante personaje, cuya influencia en la vida nacional se ha prolongado después de su muerte, rinde homenaje el Banco de la

[5] José Antonio Galán y Simón Bolívar fueron los personajes grabados en anteriores billetes de mil pesos. Véase anexo.

> República al hacer esta edición del billete de mil pesos que ya comienza a circular.
>
> Jorge Eliécer Gaitán, uno de los dirigentes políticos colombianos de mayor influencia en el siglo XX, tuvo una activa trayectoria como parlamentario y funcionario público, que se extendió casi sin interrupción entre 1924 y 1948. Si su vida lo había hecho ya el más popular de los políticos de Colombia, su muerte dio a su figura rasgos míticos y lo convirtió en síntoma de la frustración de los anhelos populares. (Urrutia, 2002; subrayado propio).

Las palabras finales que se resaltan de Urrutia permiten vislumbrar que la razón de ser de la elección del personaje no fue hacer un homenaje al vivaz caudillo, sino generalizar al pueblo como un conglomerado frustrado, y por ende pacífico, ante la muerte de su dirigente más querido. Pero la elección de Gaitán no se debe solo al cincuentenario de su asesinato; según la historiadora Libia Torres, las verdaderas razones son estratégicamente políticas:

> La emisión del billete de mil pesos con la imagen de Jorge Eliécer Gaitán coincidió con un periodo de crisis política y de desconcierto de las masas populares –gobierno del presidente Andrés Pastrana- que hizo obligatoria la búsqueda de símbolos de unificación nacional, por lo que la imagen del líder popular fue útil al ser un referente social. El Estado a través del Banco de la República, emisor del billete de mil pesos a partir del 3 de marzo de 2002, pretendió identificar a la sociedad con un personaje de gran repercusión en la historia nacional y quien en su discurso reivindicó al pueblo como bastión de la Nación. Por ello, las inscripciones: "Yo no soy un hombre, soy un pueblo" y "El pueblo es superior a sus dirigentes". (Torres, 2011).

Estas frases de Gaitán que se utilizan en el billete han perdido así su referente y su significado. El personaje del papel moneda no es el caudillo que movía las multitudes con su verbo encendido; por ello, para

la sosegada población de la primera década del siglo XXI, el silogismo pensado por el líder izquierdista en la década de 1940 no se aplica. Ya no hay multitudes que atiborren plazas reclamando mejores condiciones sociales, ni se tienen hombres de la talla histórica de JEGA que las representen; y si bien se sigue diciendo que "el pueblo es superior a sus dirigentes", el Estado colombiano sepultó a JEGA bajo la sombra del billete de mil pesos y el pueblo mansamente lo ha aceptado.

Ahora bien, como el billete de mil tiene una amplia circulación en el país, y aunque el Banco de la República haya escogido a Gaitán para "rendirle homenaje", el resultado es contrario: debido a su baja denominación, la gente lo guarda en el bolsillo cotidianamente y se ha acostumbrado a la imagen oficialista, impuesta cincuenta años después de su muerte; por ello, Torres (2011) sentencia que "la tendencia es al olvido, pues las actividades comerciales y el ambiente político de nuestra sociedad hacen que el personaje de Gaitán pase desapercibido". Con lo dicho se confirmaría la tesis de este escrito, según la cual a partir del billete se creó una falsa memoria sobre Gaitán.

Pero no nos dejemos llevar por el olvido y la falsedad; valgan unas palabras sobre el caudillo del pueblo. Nacido en 1898 en Cucunubá, Cundinamarca (algunos dicen que nació en Bogotá en 1903), JEGA es el personaje vinculante entre el pasado y el presente del país. Abogado egresado de la Universidad Nacional en 1924, tituló su tesis "Las ideas socialistas en Colombia" y se especializó en Italia con un trabajo sobre la premeditación en el delito, el cual recibió el reconocimiento *summa cum laude* por el famoso maestro Enrico Ferri. JEGA fue congresista, ministro de educación, alcalde de Bogotá y candidato a la Presidencia del Partido Liberal. En 1945, como la cabeza de la oposición que hacía contrapeso al poder conservador encabezado por Laureano Gómez, JEGA pretendía cambiar la política colombiana; por ello, se convirtió en el líder de las multitudes gracias a su oratoria clara y directa en contra de la opresión de la hegemonía conservadora.

El caudillo simbolizaba al pueblo inconforme. Por ello, mediante sus enérgicos discursos, enunciados en multitudinarias reuniones con sus seguidores, lograba seducir a las masas y convencerlas de que el cambio político que necesitaba Colombia se daría solo si se expulsaba de la Casa de Nariño a la oligarquía indolente y clasista. Como candidato a la presidencia para las elecciones de 1950, JEGA proponía hacer del país un Estado social sobre los cimientos de una sociedad igualitaria y justa, que estuviera en pro de la población pobre y olvidada por los gobiernos de la primera mitad del siglo XX. Pero Gaitán no alcanzó el poder: los enemigos de sus propuestas de inclusión social lo asesinaron y el Estado colombiano arremetió contra todo lo que significara socialismo.

Es de anotar que desde 1946, Colombia padeció una oleada de violencia por los sangrientos enfrentamientos entre liberales y conservadores, que según Gloria Gaitán, la hija del líder, fueron desatados por el mismo Estado[6] y lamentablemente es un conflicto que se prolonga hasta nuestros días. El asesinato de JEGA en 1948 no lo convirtió en mártir, sino en símbolo popular de rebeldía ante el abuso del poder estatal. Un Estado que mueve sus hilos ocultos para borrar a sus contradictores políticos de la memoria del pueblo.

Miles de textos se han escrito sobre el significado político, ideológico y social que tuvo JEGA para el país. La inclusión de su efigie en el billete de mil pesos bien podría ser un homenaje a la historia del gran hombre que fue JEGA, pero no es así: los grabados del papel moneda contradicen el carácter de hombre expresivo y beligerante contra la ortodoxia política; en su lugar, se muestra a un personaje cándido de actitud cálida y sobria, opuesto al que hasta antes de la salida del billete se conservaba en la memoria:

[6] Gloria Gaitán (2012) afirma: "Mi padre no creía que a él lo asesinarían en el marco de ese genocidio. Al respecto decía: *'La oligarquía colombiana no me mata, porque sabe que, si lo hace, el país se vuelca y pasarán muchos años antes de que las aguas regresen a su nivel normal'*". Infortunadamente esta frase, para muchos, sirvió como excusa para justificar la violencia posterior a la muerte de JEGA.

Figura 7.7 La foto de JEGA expresivo (izquierda) difiere de la imagen del billete (derecha)

Fuente: adaptación de los autores

Gran vigor se evidencia en esta fotografía de Sady González: la mano empuñada y la gestualidad facial que tensa el rostro al gritar arengas invitando a la lucha son características del líder popular (Studer, 1996), pero no es eso lo que dice el billete. Aunque a primera vista el brazo levantado sea un rasgo común en las dos imágenes, hay una gran distancia entre el reclamo de la fotografía y el saludo presente en el dibujo. En este se desdibuja la historia de Gaitán y se impone una versión hegemónica y oficialista del Estado para las generaciones venideras: que Gaitán es el señor bonachón del billete de mil que saluda a alguien a lo lejos.

Como ya se había mencionado, el Banco de la República promovió en el año 2000 un concurso para el diseño del billete de mil. El ganador fue el grabador y dibujante José Antonio Suárez Londoño, nacido en Medellín en 1955. Este artista plástico optó desde sus comienzos por dibujar y hacer grabado sobre papel. Según el especialista en arte Javier Gil (1991), "Buena parte de la obra de Suárez Londoño ha sido realizada en pequeñas libretas de dibujo que han ido tomando el carácter de

diario personal". Sus diseños en acuarela, lápiz o tinta se destacan por lo refinado de sus acabados y por sus dimensiones, que no superan el tamaño de una hoja de papel. Las fuentes de su trabajo se pueden encontrar en el entorno cotidiano, la literatura, la historia del arte y el arte marginal. Así mismo, en la obra de Suárez se cruzan referencias a escritores, artistas, canciones, noticias, frases populares, etc., lo cual ha hecho que en su propuesta artística se fusionen imágenes y texto.

El historiador del arte Carlos Arturo Fernández menciona las fuentes de las cuales se nutre la obra de Suárez:

> Las composiciones se enriquecen con imágenes tomadas de las ilustraciones detalladas de diccionarios antiguos, las láminas del Álbum de Historia Natural de Chocolatina Jet, así como de sus recuerdos de infancia. A menudo recurre al archivo privado, en donde guarda los recortes de innumerables fotografías de prensa y, en otras ocasiones, a escenas de películas de directores de cine como Rainer Wender Fassbinder, Werner Herzog y Federico Fellini (Fernández, 2007, p. 74).

Figura 7.8 Obra sin título (AP2806) de José Antonio Suárez

Fuente: adaptación de los autores

Además de los grabados para el billete de mil, Suárez también diseñó las figuras de las actuales monedas colombianas de 50 y 200 pesos que rinden homenaje a la biodiversidad del país.

En relación con la fotografía que sirvió de fundamento para el grabado de Suárez, se hará referencia ahora a Sady González Moreno, quien fue uno de los fotógrafos del siglo XX en Colombia. Nacido en Bogotá en 1913, empezó su oficio tomando fotos para la cedulación y llegó a ser pionero de la reportería gráfica en Colombia. Trabajó en varios los periódicos de su época: *El Liberal, La Razón, Comandos, El Siglo* y *El Tiempo*. En el plano internacional, sus fotografías fueron publicadas por revistas tan conocidas como *Life* y *Time*. Durante 16 años trabajó para la Presidencia de la República. Murió en Bogotá en 1979. A González Moreno se le reconoce como el fotógrafo del "Bogotazo", ocurrido después del asesinato de JEGA. El grabado del artista José Antonio Suárez, que conforma el reverso del billete de mil pesos (Gaitán saludando a la multitud) es una recreación de una fotografía tomada por el fotógrafo.

Figura 7.9 Sady González dio testimonio fotográfico del desastre ocurrido el 9 de abril de 1948

Fuente: adaptación de los autores

El otro fotógrafo que interesa presentar aquí es Jorge Obando Cardona. Nacido en Caramanta (Antioquia) en 1892, Obando trabajó

la fotografía durante toda su vida, casi siempre en el campo del retrato; también durante un largo período hizo reportería gráfica de la vida social de Medellín para el periódico *El Colombiano*. Pero, además, se especializó en fotografías panorámicas, gracias a un equipo que le permitía usar negativos gigantescos y lentes con una amplitud de casi 360 grados. Eran los acontecimientos sociales protagonizados por muchedumbres los que captaban su atención.

Para Juan Luis Mejía, rector de la Universidad Eafit y fundador del archivo fotográfico de la Biblioteca Pública Piloto de Medellín, Jorge Obando "era el fotógrafo que necesitaba la época, pues vivió el fin de la hegemonía conservadora y los comienzos de la República liberal. Ahí, el espacio público se lo toman las muchedumbres, pues la forma de medir el poder político se hace en las plazas públicas, y él captura esos grandes movimientos sociales con el formato de panorámica, el único capaz de captar a las grandes multitudes" (Serrato, 2011).

Figura 7.10 Panorámicas de Jorge Obando

Fuente: adaptación por el autor

Jorge Obando permite observar cómo, de una manera profunda, se revela la historia en las ciudades y cómo la gente empezó a participar

y a llenar las plazas en manifestaciones populares. Los dibujos de José Antonio Suárez que muestran las multitudes que están en segundo plano en el billete de mil, así como la figura del rostro de Gaitán que conforma en anverso del billete, están basados en fotografías de Jorge Obando Cardona.

Figura 7.11 JEGA en Medellín como Ministro de Educación en 1940

Fuente: adaptación por el autor

Categorías intertextuales

Luego del camino recorrido por los elementos intertextuales del billete de mil pesos se encontraron las siguientes categorías:

- **Pasado trascendente vs. presente de levedad:** la propuesta central del billete es la fusión de un pasado histórico, trascendental y dramático del país con el presente del instante pasajero y la apariencia. A través del recurso visual de usar color sepia se favorece el sentido de un momento anclado en un tiempo que no es el del siglo XXI. El contexto de la década de 1940, con las multitudes atiborrando los escenarios donde se presentaba Gaitán, se borran para dar paso a un presente donde prima un cuadro amable y formal antes que las ideas. Lo que en el pasado fue intriga se convirtió en una contextualización liviana y ligera en el presente.

- **Memoria histórica vs. olvido institucional:** la tesis propuesta sobre la falsa memoria convierte al billete de mil pesos en una metáfora del olvido. El Estado, a través de una de sus instituciones (el Banco de la República), promulga el rescate de la cultura y la historia del país, pero no quiere que el recuerdo del caudillo del pueblo sea el de un personaje beligerante en contra del gobierno, así que en un dibujo falsea los rasgos físicos y gestuales de JEGA, creando así un sujeto diferente al de las fotografías. Pero como en Colombia son los particulares quienes conservan las fotografías y ahora estas circulan libremente en internet (tal vez en la web tarde un poco más en producirse el olvido), el país olvida fácilmente porque no se cuenta con una institución estatal encargada del acervo fotográfico nacional. No obstante, el sentido del olvido prevalecerá en la historia legal debido a que el billete ya pasó a ser pieza del Museo de la Moneda y allí se (re)semantizará el personaje histórico como signo.

- **Valor ético vs. valor estético y monetario:** las fotografías tomadas a JEGA demuestran coherencia entre su forma de ser, actuar y hablar con su ideario político y social antihegemónico. Las fotos son evidencia de su fortaleza ética y compromiso con el pueblo al cual representaba. En cambio, el sujeto en los grabados del billete es un ser ajeno a las preocupaciones del pueblo y sin la fuerza interior que ostenta un líder. Es más, mientras el liderazgo del caudillo se mostraba en la oralidad que encendía a las multitudes cuando estaba *frente a* ellas y las movía a la acción, en el dibujo el líder *está con* el pueblo, entre la muchedumbre que mira a lo lejos; es un individuo más que se muestra apaciguado, gracias a gestos de persona satisfecha y calmada que se evidencian en los dibujos.

Para el Estado prima aquí la necesidad de un JEGA sosegado en su actuar; y para lograrlo convoca a los artistas a crear un diseño estético del personaje. Para que aquel JEGA beligerante

no contradiga más al gobierno, este lo hace circular por todo el país, entregándoselo al pueblo por mil pesos bajo la excusa de un homenaje. Bajo la perspectiva de Kress (2010), el ser humano del siglo XXI goza con la *portabilidad*, aspecto de la comunicación actual que indica el acto de llevar en el bolsillo un objeto físico que represente libertad. Eso precisamente fue lo que ocurrió con el billete: se llevó en el bolsillo a Gaitán.

- **Derrota popular vs. victoria institucional:** JEGA fue doblemente derrotado. Lo asesinaron para acallar la voz del pueblo y ahora, con el billete, se recrea un *dibujo que desdibuja* sus rasgos en favor de la institucionalidad ortodoxa. En el billete, el perfil se ha perdido y la victoria la tuvo el gobierno Pastrana, que lo usó para sus intereses de apaciguar al pueblo alrededor de una idea verosímil: JEGA apocado.

Comentario final

Según la propuesta teórica de la multimodalidad, el diseño del billete de mil se interpreta desde el movimiento simbólico de la hibridación[7]. Como se ha mencionado, los dibujos de Suárez pretenden recuperar la historia de JEGA, pero no es un proceso simple: se trata de un caso de hibridación en la medida en que el público que tenga el billete en sus manos se enfrente por lo menos a cuatro voces: la historia de JEGA, los fotógrafos, el Banco como institución estatal y el artista que diseñó el billete; y a tres sistemas semióticos: la palabra, la imagen fija del dibujo, los colores y texturas del papel moneda.

En la hibridación se pierden las formas propias de cada objeto sígnico (de JEGA como fenómeno histórico y la fotografía), por lo cual el billete no es solo un objeto artístico sino uno semiótico nuevo, además,

[7] La hibridación es un proceso de reconversión de ideas que permite el cruce e interacción entre cultura de masas (popular) y la denominada alta cultura (por ejemplo, el arte clásico). Lo híbrido está en la mezcla de culturas en forma de una interactividad bicultural.

con valor económico de cambio. Al decir de Kress (2010), los rasgos de los objetos comunicativos confunden sus fronteras para desviar los centros de interés de los usuarios o consumidores. Por otra parte, el público al cual se dirige la obra también es diverso. En el siglo XX, los gaitanistas veían la figura de JEGA como la efigie de un político rebelde ante las maquinarias partidistas; mientras que en el XXI, la obra híbrida del Banco de la República tiene como interlocutores a las nuevas generaciones, que ven a Gaitán como el personaje tranquilo y reposado del billete. Se corrobora la impostura de una metáfora de falsa memoria con la imagen del billete de mil, ya que los rasgos de beligerancia se perdieron y JEGA quedó minimizado bajo el eclipse hegemónico del poder. La negación de los rasgos gestuales así lo confirma: en el billete se (re)contextualizaron los hechos y se produjo una representación que difiere de la historia.

Finalmente, la subjetividad es también un elemento central para interpretar el carácter híbrido del billete, más si se tiene en cuenta que las necesidades y propósitos comunicativos varían de una sociedad a otra y de un momento histórico a otro. Un billete como el analizado, que aún está en circulación[8], no hubiera sido posible en el siglo XX: tal vez los interlocutores de ese momento histórico hubieran reclamado un diseño de JEGA fiel a su vigor y entereza. Esto es solo una posibilidad, ya que según Pardo (2013), los procesos mediáticos institucionales no crean verdades sino verosimilitudes para moldear prototipos de realidad y construir nuevos acontecimientos.

La revisión histórica de los billetes es fascinante. El rastreo histórico permite al analista aproximarse a los rasgos multimodales evidentes

[8] El Banco de la República anunció que, por costos de producción, desaparecería el billete de mil y lo reemplazaría nuevamente una moneda. Se estipuló como límite para retirarlo de circulación el mes de diciembre de 2013, pero esto no ocurrió debido a que los usuarios de la moneda la conservaron para sí y el BRC tuvo que emitir la tercera edición del billete de mil el 14 de agosto de 2014. Quizás el interés y curiosidad por el billete lo despierte la polémica surgida en 2012, cuando el periodista Carlos Gustavo Álvarez publicó un artículo en el cual afirmaba que uno de los diminutos rostros de la multitud diseñada por el artista José Antonio Suárez para el billete era el de Fidel Castro. Este es otro motivo más para distraer la atención sobre el rol histórico de JEGA, pero asimismo podría se quizá otro elemento intertextual para analizar en este interesante anclaje discursivo que es el billete de mil pesos.

(y subyacentes) sobre el origen de objetos de uso tan cotidiano como el papel moneda. Seguramente, como ningún discurso es neutral, aún quedarán ideas por decir sobre la amalgama discursiva que se analizó aquí, y que puedan mover a una verdadera acción social gracias a la comprensión del contenido sígnico del discurso.

Referencias

Banco de la República. (s. f.). *La nueva familia de billetes*. Recuperado de http://www.banrep.gov.co/en/node/7796.

EAFIT. (2001). *Exposición Gabinete Artístico de Jorge Obando*. Recuperado de: http://www.eafit.edu.co/agencia-noticias/historico-noticias/2011/septiembre/Paginas/obando-el-fotografo-de-las-multitudes.aspx#.U5Bx1vl5Pho (28/05/2014)

Fernández, C. (2007). *Arte en Colombia 1981-2006*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Gaitán, G. (2012). *Diálogos de paz: el Estado ha de pedir perdón* [carta al presidente Juan Manuel Santos y a los negociadores de paz en La Habana]. Bogotá.

Gil, J. (1991). Pequeño y secreto. En la Garcés Velásquez. *El Nuevo Siglo, 5 de julio*.

Kress, G., y Van Leeuwen, T. (2010). *El entorno social de la comunicación contemporánea*. Nueva York: Routledge.

Pardo, N. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas.

Pardo, N. (2012). *Discurso en la web: pobreza en Youtube*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas.

Pardo, N. (2007). *Mediatización, Multimodalidad y significado.* Documento inédito.

Roca, J. (2005). *Óscar Muñoz. Arte y moneda. José Antonio Suárez.* Bogotá: Banco de la República.

Serrato, M. (2011). *360° de un país en transición. El Tiempo, 17 de octubre.*

Studer, J. (1996). *Oratoria. El arte de hablar, disertar, convencer.* Madrid: Cátedra.

Torres, L. (2011). *Un hombre, un billete. Mil pesos, un homenaje a Jorge Eliécer Gaitán.* Recuperado de: http://www.revistahistorik.com/unhombreunbillete.html (2/06/2014).

Urrutia, M. (2002). *El nuevo billete de mil pesos.* Recuperado de http://www.banrep.gov.co.

Anexo

Los personajes, lugares y objetos en los billetes conservan relaciones significativas y constituyen códigos semióticos independientes. Aquí se muestran otros billetes colombianos de mil pesos.

José Antonio Galán y la Casa de Nariño
Fuente: adaptación de los autores

Simón Bolívar y el monumento a los héroes del Pantano de Vargas
Fuente: adaptación de los autores

ALGUNOS "SIGNOS" DEL BARROCO

Álvaro Bautista-Cabrera
alvaro.bautista@correounivalle.edu.co
Universidad del Valle

[...] Que toda vida humana representaciones es (Calderón de la Barca, *El Gran teatro del mundo).*

Me propongo presentar algunos "signos" del barroco a partir de una nariz, un loco, un rapto y unos huevos fritos. No quiero negar que en todo periodo histórico estético haya narices, locura, secuestros y huevos, pero no todo arte verbal y estético ha hecho un plus significativo de estos elementos. Indudablemente, siempre hemos tenido olfato, tratamientos, exclusiones o veneraciones de los locos; el plagio de personas es una costumbre tan antigua desde que el otro no es tratado como una persona, como un prójimo, sino en tanto un bien con el cual traficar; y siempre el hombre se ha dirigido a la cocina a preparar los alimentos, con rapidez, con premura, siempre ejecuta el rito sagrado de cocinar y comer.

¿Qué hace la diferencia entre estos elementos para distinguirlos de las narices, locos y huevos fritos de otros momentos históricos estéticos? ¿Qué los hace tan relevantes en el mundo barroco? Un primer acercamiento es que si el "signo" es una entidad que remite a otra, desde la cual se espera que haya una intención comunicativa, aquí "signo" es una entidad que da cuenta de un determinado estado: es como el indicio de un determinado mundo cultural[1]. En una especie de teoría coloquial del "signo" se utiliza esta palabra con la misma inquietud con que Hölderlin dice "somos un signo por interpretar" en el poema *La memoria*. No se trata, pues, de que los siglos XVI y XVII nos estén enviado un mensaje, sino de una percepción nuestra que ve, en algunos elementos, signos e indicios de algo, de un cierto aire epocal: el barroco (Warley, 2011, p. 23). La cosmovisión barroca deja ver un uso diferencial, pero significativo, de la nariz, el loco, el rapto y el huevo frito. Es este acento diferencial el que expondré.

Inicialmente, observo que no siempre la nariz es tan importante como para darle el lugar de un objeto poético; no quiero decir que incluso la nariz se vuelva un personaje de un relato, como sucede en *La nariz* de Gogol; se trata de hacer una presentación de un tipo de nariz, la nariz del narizón, pero no como un defecto de un hombre elocuente como Cyrano de Bergerac. Una nariz es un "signo" indicial de algo; puede serlo y señalar la imperfección de un narizón. Pero en el soneto *Érase una nariz* de Francisco de Quevedo (1580-1645), la nariz descrita ¿es un "signo" indicador de qué?

> Érase un hombre a una nariz pegado, érase una nariz superlativa,
> érase una nariz sayón y escriba, érase un peje espada muy barbado.
> Era un reloj de sol mal encarado, érase una alquitara pensativa, érase un elefante boca arriba,

[1] "Se suele llamar "indicios" "a los signos motivados por contigüidad creados por desgloses correspondientes. Ejemplo: el humo para el fuego (...), la huella de la mano en la mejilla, testimonio de la bofetada (...)" (Klinkenberg, 2006, p. 186). Klinkenberg insiste en que no debe tomarse en sentido policial. A nosotros, en nuestro coloquial acercamiento, nos parece sugerente el "indicio" como indicio policial.

era Ovidio Nasón más narizado.
Érase un espolón de una galera, érase una pirámide de Egipto, las doce
Tribus de narices era.
Érase un naricísimo infinito, muchísimo nariz, nariz tan fiera
que en la cara de Anás fuera delito (Quevedo, 1647).

Si se lee este soneto de la mano de Lázaro Carreter (1984), se comprende que el soneto se dirige a una cultura específica; indica otra cuestión. Cada uno de los versos apunta a la nariz como un defecto y, efectivamente, el barroco es un periodo que tomó con burla, y también con dignidad, la representación del hombre con defectos: cojos, bizcos, mancos, enanos, ñatos y "garetos". Mujeres barbudas pasan por el barroco español. Algunos de los enanos pintados por Velásquez tienen una gran dignidad, de tal forma que el personaje se representa como si el defecto no alterara su *ethos*[2].

Ahora bien, el soneto de Quevedo pertenece a una época que pretende producir "signos" ostensivos del ser humano con los que se intenta completar el conglomerado humano. Los seres humanos no solo nos componemos de seres completos y "perfectos", donde "perfecto" se refiere al canon renacentista y clásico; también somos flacos, gordos, pequeños, grandototes y el barroco amplía la dimensión corporal: en cierta forma, es un humanismo más completo que el mismo humanismo. Pero Quevedo va más allá de la representación de un "signo" ostensivo de la corporeidad humana; va hacia un "signo indicial". El narizón del soneto es un indicio, una sugerencia de un hombre de una raza nítida. Tanto "escriba" en el tercer verso y "Anás" en el último se refieren a la representación de un judío. Todos los versos no insisten en un simple narizón sino de quien, por su gran nariz, muestra que es judío. La nariz se vuelve así un "signo" de que el género humano está integrado por seres humanos, pero en Quevedo, se propone casi, mediante la apelación a la risa, a una señalización excluyente de un pueblo detestado en España: el judío. El signo de la nariz apunta

[2] Por ello "Croce estatuyó lo barroco como categoría estética del mal gusto [...]" (Pérez Bazo, 2005, p. 10).

entonces menos, al incluir la amplitud de los defectos humanos, a ser "signo" de humanidad que de inhumanidad; es decir, pretende excluir a estos hombres de nariz monumental del conglomerado humano.

El siguiente "signo" que propongo es un loco: Don Quijote de la Mancha. Después de *Las palabras y las cosas*, don Quijote es el personaje-signo. Efectivamente está hecho a "semejanza de los signos":

> Largo grafismo flaco como una letra, acaba de escapar directamente del bostezo de los libros. Todo su ser no es otra cosa que lenguaje, texto, hojas impresas, historia ya transcrita. Está hecho de palabras entrecruzadas; pertenece a la escritura errante por el mundo entre la semejanza de las cosas. (Foucault, 1990, p. 46).

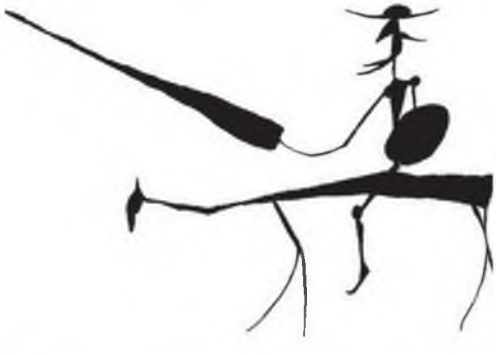


Figura 7.12 Don Quijote, lanza en ristre

Fuente: http://sayqa.com/los-drpbcp-como-quijote-y-sus-molino/.

Es un personaje que representa un texto: los libros de caballería. Don Alonso Quijano ha hecho de su cuerpo el significante de los ideales, acciones y guiones caballerescos. El lector puede intuir y, más

allá, conjeturar que ante un niño ultrajado, Don Quijote entrará a evitar esto y a castigar al ultrajante. Ello hace de Don Quijote el "signo" de un modo de abordar la justicia en un mundo de una justicia premoderna, sin investigación, con señalizaciones, en el ambiente de "la caza de brujas" de la inquisición.

Don Quijote significa la justicia indignada que realiza acciones inmediatas y tan ciegas como las de la justicia misma sufrida por Cervantes y señalada en el *Quijote*, en el capítulo de los galeotes (Quijote I, XXI). Estos últimos, a pesar del sufrimiento y de los juicios precarios con que han sido condenados, no pueden agradecer al señor que los libera del yugo de sus horrendos castigos. Don Quijote es también un extraño intermediario que lee el mundo como si fuera una extensión de su interpretación o un caso ejemplar de esta. Representa, en cierta forma, la transparencia del cuerpo del lector: su corporeidad se vuelve una especie de signo que hace un llamado a las ficciones caballerescas, a sus acciones y modos de responder a las problemáticas. Su cuerpo se estrella con el mundo: es golpeado, desangrado, desdentado, desorejado como si fuera un signo que, a fuerza de serlo, deja a un lado su-ser-viviente-y-sufriente. El barroco español ha creado, más allá de un signo, un símbolo[3] de la locura letrada o de la obsesión idealista: su cuerpo parece un grafismo. Y para esto Cervantes lo dotó de un cuerpo alto, hético, ampuloso. Alto para ser notable, esto es, visible, destacable, como un signo que en la lejanía expele su significación; hético porque un signo no come (y don Quijote no come, realiza acciones que evitan el contacto humano de las labores cotidianas como la de alimentarse o hacer acciones amorosas, aunque, sin embargo, esto se va a relativizar con la llegada de su escudero Sancho). Es, igualmente, ampuloso para que se muestre como lo que pretende ser: agresivo, amenazante, un guerrero de ideales tanto pasados de moda como actuales, a la luz de un

[3] "Se llaman símbolos los signos arbitrarios creados por desgloses correspondientes. Son correspondientes, pues no son desglosables. Ejemplo: la abstracción /negro/ para la abstracción 'duelo', o el /blanco/ como símbolo de 'pureza' [...]" (Klinkenberg, p. 187).

mundo en el que los objetos de pelea de los caballeros andantes, siguen en el mundo: las mujeres ultrajadas, los niños avasallados.

El signo Don Quijote, que sufre la semejanza y mímesis entre mundo y libro, es reforzado por la aparición de su escudero: Sancho Panza. Si don Quijote es el signo del letrado, Sancho lo es de la palabra sin letra, con voz, como una *oralitura* que marcha sobre un jumento. Habla, pero lo hace a través del lenguaje de los refranes. Es pues un signo de la llenura, del lenguaje del que todo el mundo es autor: los refranes. Don Quijote "(...) es el Diferente en la medida en que no conoce la Diferencia; por todas partes ve únicamente semejanzas y signos de la semejanza; para él todos los signos se asemejan y todas las semejanzas valen como signos (Foucault, 1990, p. 45).

Sancho es el pastor de lo que no tiene semejanza, de lo único, de lo que es: la venta es para él venta, la manada es manada; el yelmo no es yelmo, es bacía de barbero. No se deja atrapar por la red de las semejanzas, como su amo. Es un constatador de mundo. Sin embargo, cae persuadido por su amo. Se ha dicho que por ingenuo es deliciosamente engañado. No lo creo. Sancho es el personaje de lo que es, pero que anhela ser otra cosa: es el signo de lo que se quiere ser. Mientras Don Quijote anhela ser y, mal que bien, se hace caballero a su modo, Sancho simplemente es el signo de los anhelos, de los deseos y sueños: esto lo hace gordo, corto de piernas, es decir, un signo a la manera de un símbolo del hombre que se sabe incompleto y se quiere completar (Warley, 2011, pp. 78-85): sus cortas piernas muestran la dificultad que hay entre el deseo de completarse y el hecho de lograrlo; su panza rechoncha muestra la sublimación de la no satisfacción de su gubernatura con su forma de tragar. Es el símbolo del cuerpo del que quiere y no puede porque sabe que una semejanza no es lo mismo que un original, que lo que es "único". Don Quijote es el signo de quien se satisface en una semejanza. No todo, sin embargo, seguirá así con el desarrollo de las acciones en la *Segunda parte del Quijote*, pero esto merece abordarse en otra oportunidad.

Los signos barrocos, que asumo aquí como indicios de lo que es el conjunto de sensaciones e ideas que atraviesan esta tipología estética, llevan ahora al escultor más importante del siglo XVII: Gian Lorenzo Bernini (1598-1680) y a su escultura de 1621-1622.

Figura 7.13 *El rapto de Proserpina* (Gian Lorenzo Bernini, 1621-1622)

Fuente: adaptación de los autores

En una primera mirada, se afirmaría que seguimos en el mismo renacimiento de los temas del lejano pasado griego, que los mitos griegos retornan como forma de desentumecer una edad media rutinaria. Sin embargo, qué sorpresa este cruel secuestro: Bernini no esculpe a Proserpina antes ni después del rapto, sino el mismo momento del plagio; muestra todo el esfuerzo de Plutón o Hades para forzarla, así como la resistencia de la muchacha. Como se puede ver, en una inaudita destreza, los dedos del dios de los infiernos entran en los muslos de la muchacha, que se ablandan ante la presión. Si Don Quijote es el signo

del grafismo y de la semejanza llevada al extremo, Bernini es el maestro de la mímesis de lo imposible: es capaz de esculpir el movimiento. El quieto mármol bajo su cincel se mueve, se agita, palpita. Esto se aumenta si observamos, según Agamben, que en los ritos *eulisinos* el nombre de Perséfone no se podía decir, por lo que Agamben titula a su texto sobre esta raptada *La muchacha indecible* (2014). Bernini hace que el cuerpo de la indecible hable en su momento más crítico porque esto es también el barroco: el arte del movimiento. Bernini obliga a que el quieto y pétreo mármol muestre con toda ostentación el momento del rapto: su fragor, dolor y violencia. Por esto es un arte *páthico* en extremo, corroborando desde la piedra el lento declinar del *ethos* del que habla el filósofo Michel Meyer[4]. El rapto de Bernini es un "signo" de un mundo que concibe el arte como una apelación al corazón del espectador y lector: no dice "te quiero estremecer"; dice "te estremezco".

Y ahora vamos a los huevos. Huevos hay desde siempre, pero pocas veces se pintaron fritos. Lo hizo Diego de Velázquez (1599-1660) en *Vieja friendo huevos*, un cuadro de juventud, posiblemente de 1618, que se conserva hoy en una fría sala de Edimburgo. Es un "bodegón" que en vez de detenerse en una instantánea de los utensilios de cocina, de los tubérculos, de las frutas, de los muertos animales desplumados o escamados a los que pronto se les hincarán las fauces de los humanos, muestra a una vieja en el momento en que fríe dos huevos y se prepara a echar un tercero, ante la expectativa de un niño. El cuadro, del que se puede afirmar que es casi un examen final del joven alumno ante su maestro Francisco Pacheco (1564-1644), representa menos la quietud del bodegón que el movimiento, la acción misma. Pero esta vez no es una acción violenta, como el rapto, es una acción de la vida cotidiana, de esas que experimentamos en cualquier cocina de hambrientos *homo sapiens*.

[4] Véase Meyer (1999; 2007).

Figura 7.14 *Vieja friendo huevos* (Diego de Velázquez, 1618)

Fuente: adaptación de los autores

Los huevos, huevos son. Sin embargo, en el siglo XVII, en plena entrada a la modernidad, los artistas barrocos encontraron una fascinación con la cocina. El *Quijote* comienza detallando los alimentos de Don Quijote; *Lazarillo* y *El Buscón* se quejan por su impecable hambre. La relación cocina-alimento-comer se vuelve importante. Te metes a la cocina o te salgas de ella, la relación del hombre con los alimentos es más detallada, se vuelve indicio de una parte que muestra

tanto las limitaciones como un lugar que hace la diferencia con los temas y objetos de los siglos renacentistas. Así, ante la amenaza de que le quiten sus libros, Sor Juana Inés de la Cruz (San Miguel Nepantla, 12 de noviembre de 1651 - Ciudad de México, 17 de abril de 1695) sabe que le queda por investigar en la cocina. Señala en su *Carta Atenagórica*[5]:

> Pues ¿qué os pudiera contar, señora, de los secretos naturales que he descubierto estando guisando? Veo que un huevo se une y fríe en la manteca o aceite y, por el contrario, se desplaza en almíbar; ver que para que el azúcar se conserve fluida basta echarle una muy mínima parte de agua en que haya estado membrillo u otra fruta agria; ver que la yema y clara de un mismo huevo son tan contrarias, que en los unos, que sirven para el azúcar, sirve cada una de por sí y juntos no. Por no cansaros con tales frialdades, que sólo refiero por daros entera noticia de mi natural y creo que os causará risa; pero, señora, ¿qué podemos saber las mujeres sino filosofías de cocina? Bien dijo Lupercio Leonardo, que bien se puede filosofar y aderezar la cena. Y yo suelo decir viendo estas cosillas: Si Aristóteles hubiera guisado, mucho más hubiera escrito. (De la Cruz, 1991, p. 446).

En otra versión de la obra, Abreu (1934) dice:

> La **Carta Atenagórica** o réplica al sermón del **Mandato**, del P. Antonio Vieyra S. J. (predicado en 1650), tuvo origen –como dice la propia poetisa–, en las bachillerías de una conversación. Y si después la escribió, fue tan sólo por atender instancias superiores y porque conociera su anónimo interlocutor que le obedecía en lo más difícil. Es de suponer que, durante algún tiempo, corrieron copias de su trabajo entre los letrados de la corte. Así llegaría alguna a manos del obispo de Puebla (Manuel Fernández de Santa Cruz), a quien pareció tan digna de publicidad que, además de titularla ***Carta Atenagórica*** –antes se llamaba ***Crisis de un Sermón***–, la imprimió a su costa e hizo circular.

[5] La carta se llaman Crisis sobre el sermón, y fue su editor, el obispo de Puebla quien la llamó así. "Atenagórica" proviene de Atenea o Minerva, diosa de la sabiduría; es decir que el escrito de Sor Juana era digno de "la sabiduría de Atenea" (Brescia, 1998).

> La publicó también para atacar al arzobispo de México. Con ella publicó también una breve epístola en la que, entre elogios y cortesías, dice a la monja que es tiempo y razón de que "se perfeccionen los empleos y se mejoren los libros". Es decir que, olvidando a filósofos y poetas, dedique sus talentos al estudio de los textos sagrados. (Abreu, 1934).

Los huevos son un signo indicial: muestra que los ojos de la mirada indagadora se han metido en territorios inhóspitos que ahora se revelan dignos de aventuras mentales, gustativas, de nuevas visiones y de nuevos personajes. Estos "signos" —una nariz, un loco, un rapto, unos huevos fritos—, que son simplemente interpretados aquí como indicios de una época, apuntan a formas de vida, a mentalidades y a una configuración artística que muestran un quiebre epocal fuerte: el temor e intuición de la conciencia de la representación. Es tan fuerte esta intuición que, una vez el barroco obtuvo la legitimidad estética por el trabajo, entre otros, de Wölfflin (2007), hay pensadores como D'Ors (2002) que lo han pensado como un *eón* que retorna en distintos periodos históricos; literatos como Carpentier, Lezama Lima y Sarduy se sienten en confluencia con un nuevo barroco, el neobarroco; y a finales del siglo XX surgieron pensadores como Calabrese (2008), quienes estipulan que habitamos una era neobarroca[6].

¿Qué significación indican la nariz de Quevedo, el loco de Cervantes, el rapto de Bellini, los huevos freídos de Velázquez y los huevos en manteca y azúcar de Sor Juana? No hay que ser un alumno aventajado de Hermes. Cada uno de estos "signos" simplemente *muestra*. El barroco agudizó las antenas de comprensión de la comunicación

[6] "El 'neobarroco' es simplemente un 'aire del tiempo' que invade muchos fenómenos culturales de hoy en todos los campos del saber, haciéndolos familiares los unos a los otros y que, al mismo tiempo, los diferencia de todos los otros fenómenos culturales de un pasado más o menos reciente [...]. En qué consiste el 'neobarroco', se dice rápidamente. Consiste en la búsqueda de formas —y en su valorización— en la que asistimos a la pérdida de la integridad, de la globalidad, de la polidimensionalidad, de la mudabilidad" (Calabrese, 2008, p. 12).

ostensiva; vio, a la manera del checo Ivo Osolsobě (2013), que "el portador de la información no es un mensaje sobre una realidad (sistema, cosa suceso), sino la propia realidad comunicada" (p. 205). Las narices dicen en sí mismas el origen, y la figura de don Quijote es menos que una mímesis de los libros, la misma muestra de estos; el rapto no tiene que decir que es violento, pues manifiestamente muestra en la misma representación la violencia y el horror; la pintura de los huevos revela que lo antes olvidado es capital en la vida diaria. Quevedo, Cervantes, Bernini y Velázquez afirman sus dotes representativas. Quevedo multiplica una nariz a punta de versos hiperbólicos y, con ello, su señalamiento infame de una cultura; Cervantes arroja sobre el mundo a un hombre-libro para que choque con las cosas mismas, para dejarlo finalmente convertido en el elogio absoluto de la representación misma, que es la aventura de la *Segunda parte del Quijote*; y Velázquez, al representar el acto de fritar huevos, muestra que vivíamos huérfanos de representaciones diarias, presas de las íntimas paredes del hogar. Un poeta, un novelista, un escultor y un pintor han mostrado que los "signos" indican más de lo que se cree, porque más que indicar, muestran: son ellos mismos lo que representan. Bien lo dijo Calderón de la Barca: "(...) Que toda vida humana / representaciones es" (2005, p. 53).

Ahora bien, solo Sor Juana altera este cruce entre conciencia de la representación y el comunicado de la ostentación; va más allá de la representación misma, de la ostentación de las cosas que se ponen ahí para que digan su misma mismidad. Ella, que también edificó en su *Primero Sueño* una de las más elevadas representaciones del mundo novo español, empezó a ver el desplome de las representaciones, el decaimiento de la ostentación. Esto pone a Sor Juana en un lugar no liminar sino posfronterizo del barroco, uno en el que la estética barroca tensa su conciencia representativa y, al turno, la realimenta por sobre los abismos epocales.

Referencias

Abreu, E. (1934). Prólogo. En De la Cruz, S. *Carta atenagórica. Respuesta a Sor Filotea*. México: Ediciones Rotas. Recuperado de http://www.dartmouth.edu/~sorjuana/Commentaries/Ricard/Abreu.6-9.html.

Agamben, G., y Ferraro, M. (2014). *La muchacha indecible.* Madrid: Sextopiso.

Brescia, P. (1998). El «crimen» y el castigo: la *Carta Atenagórica*, de Sor Juana Inés de la Cruz. *Caravelle, 70(1),* 73-96.

Calderón de la Barca. (2005). *El Gran teatro del mundo/ El gran mercado del mundo*. Madrid: Cátedra.

Calabrese, O. (1987). *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.

Cervantes, M de. (1978). *El Quijote. 2 Vol.* Madrid: Castalia.

De la Cruz, S. (1991). *Obra selecta*. Barcelona: Planeta.

D'Ors, E. (2002). *Lo barroco*. Madrid: Tecnos, Alianza.

Foucault, M. (1990). *Las palabras y las cosas*. México: Siglo XXI.

Klinkenberg, J. (2006). *Manual de semiótica general*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Lázaro, F. (1984). *Estilo barroco y personalidad creadora.* Madrid: Cátedra.

Meyer, M. (1999). *Histoire de la rhétorique. Des grecs à nos jours.* París: Livre de Poche.

Meyer, M. (2007). *Rome et la naissance de l'art européen*. Paris: Arléa.

Osolsobě, I. (2013). Ostención como un caso límite de la comunicación humana y su importancia para el arte. En Jandová, J. & Volek, E. (Eds. y Trads.). *Teoría teatral de la Escuela de Praga: de la fenomenología a la semiótica performartiva*. Bogotá: Fundamentos, Universidad Nacional de Colombia.

Pérez Bazo, J. (2005). El barroco y la cuestión terminológica. En Panera, J. (Ed.). *Barrocos y neobarrocos. El infierno de los bello* (pp. 92-123). Salamanca: Fundación Salamanca Ciudad de Cultura.

Quevedo, F. (1647). *Érase una nariz*. Recuperado de http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/a-un-nariz-comentario-del-texto-0/html/01770bac-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html.

Warley, J. (2011). *¿Qué es la semiología? Didáctica de los signos y los discursos sociales*. Buenos Aires: Biblos.

Wölfflin, H. (2007). *Conceptos fundamentales de la historia del arte*. Madrid: Espasa-Calpe.

Esta edición de *Semiótica, la pasión del conocimiento. Interpretación e interacciones de la cultura*
se terminó de imprimir en el mes
de junio de 2016.

En su composición se utilizaron tipos:
Georgia, Trajan Pro, Castorgate.